

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Sandra Pedak

**MAJUTUSTEENUSE ARENDAMINE
KLIENDI UNEKVALITEEDI TAGAMISEKS
GO HOTEL SHNELLI NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Inna Bentsalo, MA

Pärnu 2020

Soovitan suunata kaitsmisele

Inna Bentsalo

/digiallkirjastatud/

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht Tiina Viin

/digiallkirjastatud/

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Sandra Pedak

/digiallkirjastatud/

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Unekvaliteeti mõjutavate tegurite ja majutusteenuse arendamise teoreetilised käsitlused	7
1.1. Tervislik uni ja und mõjutavad tegurid.....	7
1.2. Unekvaliteeti parendavad teenused ja tooted majutusettevõttes	11
1.3. Teenuste arendamine majutusettevõttes	17
2. Uuring und mõjutavatest teguritest Go Hotel Shnellis.....	22
2.1. Go Hotel Shnelli lühitutvustus, uuringu metoodika ja kirjeldus.....	22
2.2. Uuringu tulemuste analüüs	24
2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud	32
Kokkuvõte	37
Viidatud allikad	40
Lisad.....	47
Lisa 1. Uuringu ankeet	48
Summary	54

SISSEJUHATUS

Käesoleva lõputöö temaatika keskendub klientide unekvaliteedile, sealhulgas teenuste arendamisele, mis parendaksid klientide unekvaliteeti majutusettevõtetes, tuginedes teoreetilistele käsitlustele ja Go Hotel Shnellis läbiviidud uuringu tulemustele.

Philipsi (2019) poolt läbiviidud uneuuringust 2019. aastal selgus, et ülemaailmne rahulolu unega on endiselt madal, see tähendab, et 49% inimestest on oma unega rahul. Unekvaliteet, mustrid ja kestvus erineb riigiti, kuid siiski näitavad uuringud, et inimesed ei maga piisavalt. Ühiskonnas on see tegelikult vähe teadvustatud probleem, kuid samas väga oluline, mida ei tohiks tähelepanuta jätta. Kui uni on pidevalt häiritud või puudulik, hakkab see mõjutama ka inimese elukvaliteeti. Lisaks elukvaliteedi halvenemisele mõjutab pikaaegne unetus ka füüsilist tervist.

Reisides ja kodust eemal viibides on vaja ööbida võõras keskkonnas, kuid tavaliselt ei magata võõras keskkonnas nii hästi kui kodus. Selle peamine põhjus seisneb selles, et pool ajast jääb sügavamale une ajal erksamaks kui muidu, mida seostatakse evolutsioonilise käitumisega, mis aitab meie esivanematel võõras keskkonnas magades röövlomade eest valvel olla. Peale kurnavat reisiteekonda on oluline külalistele pakkuda kvaliteetseid võimalusi hea une jaoks, sest kvaliteetne uni on hotelli küllastajate üks peamisi ootusi. (National Sleep Foundation, *n.d.*) Seetõttu on hotellid hakanud rohkem tähelepanu pöörama tõsiasjale, et kliendi kvaliteetne uni on hotellis viibimise ajal oluline aspekt. Lisaks kiirele Interneti-ühendusele, tuntud kaubamärgiga hügieenitarvikutele, tasuta lennujaamatransfeerile ning erinevate lisateenuste olemasolule, meelitavad kõikide tasemete hotellid kliente, mis pakuvad suurepärase unekogemust. Kvaliteetse päeva uuesti alustamiseks on külastaja põhivajaduseks rahulik uni, seega on oluline, et majutusasutused pööraksid tähelepanu erinevatele teguritele, mis kliendi und mõjutavad, et pakkuda kliendile parimat magamiskogemust. (Gumaste & Shahane, 2013)

Antud teemat, mis oleks seotud inimeste unekvaliteediga majutusettevõttes on Eestis vähe uuritud. 2011. aastal uuris TÜPK magistrant Inna Bentsalo oma magistritöö raames unekvaliteeti Tervise sanatooriumi näitel, kuid rohkem pole samalaadset teemat Eestis uuritud. Pallesen, Larsen ja Bjorvatn (2015) uurisid 2015. aastal, kuidas hotellikülalised magavad ning millised tegurid häirivad klientide und hotellides. Gumaste ja Shahane (2013) on koostanud töö teemal, kuidas on võimalik magamiskogemust hotellides täiustada. Uuringutest selgub, et paljudes majutusettevõtetes on probleemiks see, et on vähe tähelepanu pööratud kliendi unekvaliteedile ja und mõjutavatele teguritele hotellides, sellega seoses, ei ole uuritud vastavat tagasisidet ja teavet, kas see võiks majutusettevõtte valiku puhul olla määravaks aspektiks.

Probleemist lähtuvalt on antud lõputöö probleemküsimuseks: Millised võimalused on majutusettevõttes klientidele unekvaliteedi parendamiseks? Lõputöö eesmärgiks on uurida, millised on külastajate peamised und mõjutavad tegurid hotellides ning vastavalt uuringu tulemustele teha ettepanekuid Go Hotel Shnelli hotellile klientide unekvaliteedi parendamiseks.

Go Hotel Shnelli ei paku klientidele teenuse- ja tootevalikut une parendamiseks, nimetatud ettevõttes ei ole ka varasemalt antud teemat uuritud ja tähelepanu pööratud. Klientide tagasiside kokkuvõtet analüüsides, mis põhineb 2020. aasta TripAdvisori, Bookingu ja GuestJoy kommentaaridele, mainitakse sageli negatiivsete kommentaaridena unekvaliteediga seotud elemente nagu liigne müra ja mitterahuldava kvaliteediga voorditarbed. Seega, sõnastatakse uurimisküsimus järgmiselt: Kuidas hindavad külastajad oma unekvaliteeti ja millised võimalused oleksid selle parendamiseks Go Hotel Shnellis?

Eesmärgi saavutamiseks ja vastuse leidmiseks uurimisküsimusele, seatakse järgmised uurimisülesanded:

- teemaga seonduvate teaduslike kirjandusallikate teoreetilise käsitluse koostamine;
- selgitada mõisted uni, unekvaliteet ja anda ülevaade levinumatest unehäiretest, tutvuda varasemate uuringutega ning selgitada välja peamised unekvaliteeti mõjutavad tegurid hotellides, sealhulgas võimalused majutusteenuste arendamiseks unekvaliteedi tagamiseks;
- uuringu ette valmistamine ja läbiviimine Shnelli hotellis;
- uuringu tulemuste analüüs, järelduste tegemine ja parendusettepanekute esitamine Go Hotel Shnelli hotellile.

Töö koosneb kahest peatükist, mis omakorda jagunevad alapeatükkideks. Lõputöö teoreetilises osas antakse ülevaade unekvaliteeti mõjutavate tegurite ja majutusteenuse arendamise teoreetilistest käsitlustest. Esimene alapeatükk annab ülevaate tervislikust unest ja und mõjutavatest teguritest, teine alapeatükk keskendub unekvaliteeti parendavatele teguritele ja toodetele ning esimese peatüki viimane peatükk tutvustab teenuse arendamist majutusettevõtetes. Teine sisupeatükk hõlmab uuringut und mõjutavatest teguritest Go Hotel Shnellis. Antud peatükis kajastatakse Go Hotel Shnelli lühitutvustus, uuringukirjeldus, läbiviidud uuringu tulemuste analüüs ning peatüki lõpus esitatakse järeldused ning ettepanekud Shnelli hotellile, mis põhinevad teooriale ja uuringu tulemustele. Lisaks kahele sisuosale on lõputöös sissejuhatus, kokkuvõte, inglise keelne kokkuvõte ehk resümee ning tööd täiendava lisana läbiviidud küsitluse ankeet.

Töö autor soovib tänada Pärnu kolledži õppejõude, juhendajat Inna Bentsalot, küsitlusele vastanud ja Go Hotel Shnelli ettevõtte poolset esindajat.

1. UNEKVALITEETI MÕJUTAVATE TEGURITE JA MAJUTUSTEENUSE ARENDAMISE TEOREETILISED KÄSITLUSED

1.1. Tervislik uni ja und mõjutavad tegurid

Uni on eluks vajalik ning selle abil inimesed kosutavad end. Kui inimene on öösel halvasti maganud, võib ta end tunda järgmisel päeval väsinuna ning olla halvas tujus, mis omakorda võib mõjutada inimese tervet järgnevat päeva. Puudub piisav teadlikkus erinevatest uneprobleemidest ja nendega kaasnevatest tagajärgedest. Selleks, et anda ülevaade, mida tähendab kvaliteetne ja tervislikum uni, on tähtis selgitada unega seotud mõisted ja sellega seotud protsessid.

Uni on inimese keha bioloogiline mehhanism ning und saab defineerida kui regulaarset, korduvat ja kergesti pöörduvat seisundit, mida iseloomustab suhteline rahulikkus ja vähenev kontakt ümbritsevaga (Yi, Shin & Shin, 2006). Harvaldi Meditsiinikooli unemeditsiiniosakond on defineerinud und kui seisundit, mida iseloomustavad muutused ajulaine aktiivsuses, hingamises, pulsisageduses, kehatemperatuuris ja muudes füsioloogilistes funktsioonides (Harvaldi Meditsiinikooli unemeditsiiniosakond, 2007).

Unel on kaks erinevat põhitüüpi, milleks on REM-uni ja mitte-REM-uni, millel on omakorda kolm erinevat faasi, mõlemad põhitüübid on seotud spetsiifiliste ajulainetega ja neuronaalse aktiivsusega. Une esimene etapp on üleminek ärkvelolekust unerežiimile, selle mitu minutit kestva suhteliselt kerge uneperioodi jooksul aeglustub inimese südametegevus, hingamine, silmade liikumine, lihased lõdvestuvad lihastõmblustega ning ajulained hakkavad aeglustuma. Teiseks uneetapiks on kergema une periood enne sügavat uinumist, mille käigus südamelöögid ja hingamine aeglustuvad ning lihased lõdvestuvad veelgi. Kehatemperatuur hakkab langema ning silmade liikumine peatub.

Kolmas etapp on sügava une periood, mis ilmneb pikema perioodi jooksul öö esimesel poolel, inimesed vajavad seda, et tunda end hommikul puhanuna. Selleks perioodiks on lihased lõdvestunud ning inimest võib olla raskem äratada. REM-une etapp ilmneb esmakordselt umbes 90 minutit peale uinumist, selle etapi ajal liiguvad silmad suletud silmalaugude taga kiirelt küljelt küljele. Hingamine muutub kiiremaks ja ebaregulaarseks ning pulss ja vererõhk tõusevad peaaegu ärkveloleku tasemele. Käe- ja jalgalihasd on ajutiselt halvatud ning REM-une ajal näevad inimesed tavaliselt unenägusid. (National Institute of Neurological Disorders and Stroke, *n.d.*) Horne (2019) on kirjeldanud uneetappe samuti nelja erineva faasi põhjal, milleks on kerge uni, keskmise sügavusega uni, raske uni ja REM-uni.

Und on võimalik kirjeldada erinevate etappide järgi, milleks on une kestvus, järjepidevus ehk magamisaja ja ärkvelolekuaja pikkus ja jaotus, une ülesehitus ning unekvaliteet ehk inimese ettekujutus sellest, kui hästi ta magab või kui puhanuna ta end tunneb (Mezick, Matthews, Hall, Strollo, Buysse, Kamarck, Owens & Reis, 2008). Teadlased, arstid ja avalikkus kasutab mõistet „unekvaliteet“ laialdaselt, kuid sellel puudub üksmeelne mõistetav definitsioon. Unekvaliteeti on defineeritud kui inimese üldist und ja selle mõju füüsilisele tervisele (Phillips, Johnson, Shirey & Rice, 2020). Globaalne lähenemine unekvaliteedi hindamiseks põhineb sageli enesehinnangut andval küsimustikul, mis tähendab, et sellised indeksid võrdlevad inimese enda rahulolu unega (Barnes, Jiang & Lepak, 2016). Üheks populaarseimaks und hindavaks küsimustikus on Pittsburgi unekvaliteedi küsimustik, mis on väljatöötatud Pittsburgi ülikooliteadlaste poolt, lühidalt tuntud kui PSQI. Seda kasutatakse unekvaliteeti puudutavates uuringutes ning selle abil saab oma und hinnata ühekuulise ajavahemiku jooksul. (Smyth, 2012)

Tervislik uni on oluline kõikidele: imikutele, lastele, noorukitele ja täiskasvanutele. Piisav uni on oluline lapsepõlves ja noorukite arengus, sest see on peamine kaitsefaktor nakkuste vastu ja toetab ainevahetuse toimimist. Kvaliteetne uni on vajalik koolis heade tulemuste saavutamiseks ning ohutuks ja tõhusaks töö tegemiseks. Ebapiisav uni võib põhjustada käitumisharjumuste muutumist, mis võivad omakorda negatiivselt mõjutada perekondlike ja inimestevahelisi suhteid. (Holt, Zhang, Sizov & Croft, 2015) Tervislik uni hõlmab une optimeerimiseks vajalike erinevate tegurite kombinatsiooni. Iga inimese uneaja pikkus sõltub erinevatest teguritest ning arvestada tuleks isiklike eripäradega.

Unekvaliteet peab olema hea, et inimene suudaks end korralikult välja puhata ning magamamineku- ja ärkamisajad peavad olema võimalikult ühtlased ja võimaldama öösel regulaarselt magada. (Barnes *et al.*, 2016) Tervislik uni on kõigi jaoks kriitilise tähtsusega, sest peame säilitama teavet ja õppima erinevaid oskuseid, et elus edasi areneda. See on ka üheks põhjuseks, miks lapsed vajavad oma arengu vältel rohkem unetunde kui täiskasvanud. Täiskasvanud inimesed vajavad öösel 7–9 tundi und, üheaastased lapsed umbes 11–14 tundi, koolieelikud 9–11 ning teismelised 8–10 tundi. (National Sleep Foundation, *n.d.*) Unetervis on mitmemõõtmeline unerežiimi muster ning viimasel ajal on unekvaliteedile, ja mitte ainult kvantiteedile, palju tähelepanu pööratud. Unel on eripärad, mispärast on unega seotud tervisenäitajate paremaks mõistmiseks oluline arvestada nii une kogusega kui ka kvaliteediga. (Lee, Ju, Lee, Kim, Hong, Choi & Kim, 2020)

Vahetustega töö, stress, töökoormus ja erinevad unehäired suurendavad kroonilist unepuudust, une killustatust ja sageli halvenenud unekvaliteeti, mis on muutunud tänapäeva ühiskonnas aina suuremaks probleemiks, eriti just vaimselt ja füüsiliselt rasket tööd tegevate inimeste seas. Iga inimese unekogemus on varieeruv, sõltudes inimese füüsilisest ja psühholoogilisest seisundist. (Laugsand, Strand, Platou, Vatten & Janszky, 2013) Hea unekvaliteet on tugevalt seotud parema füüsilise, kognitiivse ja psühholoogilise heaoluga (Pallesen, Larsen & Bjorvatn, 2015). Väsimus, kurnatus ja keskendumisvõime puudumine unepuuduse tõttu võivad viia tõsiste terviseprobleemideni ning lõppeda surmaga, mistõttu on tähtis unepuudusele ja erinevatele uneprobleemidele abi otsida. Vastavate probleemidega tegelevad polisomnograafia ehk uneuuringud, tähelepanutestid ja und puudutavad küsimustikud. (Baevski, Bogomolov, Funtova, Slepchenkova & Chernikova, 2009)

Unepuuduse peamiseks tagajärjeks on füüsilised mõjud (unisus, väsimus, kõrge vererõhk), kognitiivsed ehk tunnetusega seotud häired (jõudluse, tähelepanu ja motivatsiooni vähenemine, vaimse keskendumisvõime ja intellektuaalse võimekuse vähenemine, töö ja autojuhtimisega seotud õnnetuste tõenäosuse suurenemine) ning vaimse tervisega seotud probleemid. Ebapiisav uni kahjustab mõtlemisvõimet ja immuunsussüsteemi, halvendab stressiga toimetulekut ja suurendab tujude kõikumist. (Maailma Terviseorganisatsioon, 2004)

Unehäired liigitatakse valdavalt kuute erinevasse kategooriasse: unetused, unega seotud hingamishäired, *hüpersomniad* ehk liigunisus, *parasomniad* ehk ebatavalised liigutused ja emotsioonid une ajal, unega seotud liikumishäired ning ööpäevase rütmi unehäired. Unetust iseloomustavad raskused magama jäämisega, une säilitamisega ja selle kestvusega, hoolimata piisavatest võimalustest ja sobivast keskkonnast magamiseks ning sellega kaasnevad päevased tagajärjed või kaebused. Uneaegsed hingamishäired tulenevad probleemidest hingamisega une ajal, põhjustades nii norskamist ja hingamispause magamise ajal. *Hüpersomniad* iseloomustab liigne unisus ärkveloleku ajal ning *parasomniad* on häired, mille korral ilmnevad une ajal ebasoovitavad tegevused või kogemused (näiteks uneskõndmine ja hammaste krigistamine) ning unega seotud liikumishäired hõlmavad uneajal avalduvaid neuroloogilisi seisundeid, näiteks perioodiline jäsme liikumishäire. Ööpäevased rütmilised unehäired on seisundid, mis tulenevad valguse- ja pimeduse tsükli ning kaasasündinud une- ja ärkveloleku rütmi vahelisest düsünkroonikast. Endogeennsete ööpäevaste rütmide ja valguse/pimeduse tsüklite ebakorrektna kohandamine võib põhjustada mitmeid unehäireid, sealhulgas viivitusi une ajastusega ehk hilinenud unefaasi häireid, ebaregulaarset une- ja ärkveloleku rütmi või täielikku eraldumist valguse- ja pimedustsüklidest. Mitme ajavööndi läbimine reisimise ajal mõjutab inimese võimet aklimatiseeruda sujuva kiirusega, mis omakorda mõjutab saavutada soovitud unegraafikut. (Auger & Morgenthaler, 2009)

Reisimise ajal kogetakse mitmesuguseid stressitekitajaid nagu *jet lag* ehk ajavööndite vahetusest tulenev väsimus, ärevus, kurnatus ja võõras keskkonnas viibimine, mistõttu võib peale reisimist kogeda erinevaid uneprobleeme (Auger & Morgenthaler, 2009). *Jet lag* mõjutab tavaliselt lennureisijaid, kes ületavad korraga mitut ajavööndit. Ajavööndite vahetusest tulenev väsimus on tingitud sellest, et keha sisemised rütmid ei ole päeva-öise tsüklilise sünkroonis saabumisel reisisihtkohta. Selle tunnused varieeruvad unetusest, kurnatusest, väsimusest, meeleolu muutustest kuni öiste sagedaste ärkamiseni. Kui inimene on lennanud üle kuue või rohkema laiuskraadi, võib kuluda kuni kuus päeva tavapärase magamisharjumuste taastamiseks. (Cingi, Emre & Muluk, 2018)

Üheks unehäire tekitajaks hotellides on „esimese öö efekt“, mis tuleneb magamisest tundmatus keskkonnas, seda nähtust seostatakse unearhitektuuri muutustega uinumisel

esimesel öhtul, võrreldes järgnevate öödega (Hutchison, Song, Wang & Malow, 2008). Earl jt. (2019) on esimese öö efekti defineerinud kui unekvaliteedi languse nähtust, mis ilmneb esimesel ööl uues keskkonnas. Agnew jt. (1966) olid esimesed, kes kirjeldasid antud intuiitiivset tähelepanekut aastal 1966. Hutchison jt. (2008) poolt läbiviidud uuringus kirjeldati, kuidas esimene öö võõras keskkonnas sisaldab rohkem ärkvelolekuaega, vähem REM-und ning kuidas see suurendab REM-une ja 4. astme une latentsusaega. Uuringust selgus, et esimese öö efektist tulenevad mõjud kahanesisid kiirelt une teisel ööl, kuid esimese öö efekti täheldati tervelt 80% katsealustest.

Uni on igapäevaelu tähtis osa, mis mõjutab elukvaliteeti. Halb unekvaliteet võib tekitada erinevaid tervist kahjustavaid probleeme, mis võivad viia tõsisemate tervisemuredeni. Paljud inimesed puutuvad kokku oma elu jooksul mõne uneprobleemiga, mispärast on oluline mõista uneprobleemidega kaasnevaid tagajärgi, suhtuda neisse tõsiselt ning vajadusel leida sobiv lahendus uneprobleemile. Reisijad puutuvad peamiselt kokku unefaasi häiretega, mis tulenevad reisimise ajal mitmest ajavööndi ületamisest ning esimese öö efektiga, mis on seotud magamisega võõras keskkonnas. Selleks, et pakkuda reisijatele ja majutusettevõtetes viibivatele klientidele head unekvaliteeti, tuleb välja tuua, mis tegurid nende und mõjutavad ning kuidas on võimalik ettevõtetel kaasa aidata kliendi paremale unele.

1.2. Unekvaliteeti parendavad teenused ja tooted majutusettevõtetes

Reisides peatuvad inimesed hotellides ja teistes majutusasutustes, et seal magada ning end välja puhata. Reisimisega kaasneb tihitipeale väsimus, stress ja kurnatus, mispärast on tähtis, et kliendil oleks majutusasutuses võimalikult kvaliteetne uni. Käesolevas peatükis tutvustatakse erinevaid tegureid, mis mõjutavad kliendi unekvaliteeti majutusettevõtetes ja antakse ülevaade teenustest ning toodetest, mis võiksid parendada kliendi unekvaliteeti.

Magamine ja uni on inimese põhivajadus ning see aitab reisijal oma teekonnast taastuda. Reisijate jaoks on kvaliteetne uni hotellis tähtsaks kogemuseks, sest see on sisuliselt seotud reisijate rahuloluga hotellitoodete ja -teenuste osas. (Xiang, Schwatz, Gerdes & Uysal, 2015) Hotellituba ei ole reisija jaoks alati mugavustsoon, kuna

külastajad võivad kogeda erinevaid häirivaid tegureid nagu näiteks ebamugav voodi ja padi, vali õhukonditsioneer ning koridorist kostuv müra (Valtonen & Veijola, 2011). Gumaste ja Shahane (2013) on omaltpoolt häiritud une põhjustena hotellis välja toonud ka kodutunde puudumise, stressi ja foobiad. Majutusettevõtete kliendid on muutunud tähelepanelikumaks igaäise kvaliteetse une osas, kuna sellel on otsene seos kõrgema vererõhu ja stressitasemega, II tüüpi diabeedi, insuldi ja teatud tüüpi vähktõvedega.

Vähesed uuringud on keskendunud magamisharjumustele ja unekvaliteedile hotellides, une seosele klientide rahulolu ja kogemustega või sellele, kas hotellikülalistele pakutav unekvaliteet mõjutab kliendi pühendumust konkreetsele hotelliteenuse pakkujale (Chen, Severt, Yeon, Knowlden & Hilliard, 2018). Gundersen, Heide ja Ollson (1996) leidsid, et hotellikülastaja rahulolu võib selgitada erinevate hotelliosakondade materiaalsete ja mittemateriaalsete mõõtmetega, kuid need ei käsitlenud konkreetset unekvaliteeti ega voodi mugavust. Varasemates uuringutes on käsitletud une ja unekvaliteedi teemat külalislahkuse valdkonnas. Lockyer ja Roberts (2009) leidsid endapoolt läbiviidud uuringus, et majutuse valimist mõjutavate tegurite hulgas hinnati olulisemaks kvaliteetne uni. Enck, Walten ja Traue (1999) uurisid eksperimentaalse uuringu käigus üheksa hotellitoa kolme erineva kvaliteediga uute voodimadratsite mõju võrreldes neid ülejäänud tubadega, milles olid kaheksa-aasta vanused madratsid. Küllastajate väljaregistreerimisel paluti klientidel oma unekvaliteeti hinnata ning selgus, et uute madratsitega tubades hinnati unekvaliteeti kõrgemalt kui vanade madratsitega tubades. Lisaks selgus, et uutest madratsitest pakkusid kõige paremat unekvaliteeti kõrgeima kvaliteediga madratsid kui mõõdukalt hea kvaliteediga uued madratsid.

Palleseni, Larseni ja Bjorvatni (2015) poolt läbiviidud uuringust selgus, et peamisteks und segavateks teguriteks hotellis on ebamugav padi, kõrge toatemperatuur, ebasobiv madrats ja ebakvaliteetsed tekid ja voodilina. Saadud vastused on kooskõlas uuringutega, milles rõhutatakse voodi ja vooditarvikute olulisust une ajal (Gordon & Grimmer-Somers, 2011). Hotellides magamist segavate teguritena mainiti korduvalt müraga seotud probleeme, peamiste häirivate mürapõhjustena nimetati tänavatelt kostuvat müra või ventilatsioonisüsteemist tulenevaid hääli. Antud uuringutulemus on kooskõlas Muzeti poolt koostatud uuringuga, mis tõestas, et müra on levinud uinumise takistaja. (Muzet, 2007) Antud uuringus osutus huvitavaks asjaolu, et ebamugavat patja

peeti sagedamini härivamaks teguriks kui ebasobivat madratsit, tekki või voodipesu (Pallesen *et al.*, 2015). Und segavaks faktoriks on kõrge toatemperatuur, mida kinnitab Muzet, Libert ja Canadas (1984) poolt tehtud uuring, mis näitas, et vale temperatuur põhjustab tavaliselt sagedasi ja pikaajalisi ärkamisi. Vähesel määral mainiti und häiriva tegurina liigset päevavalgust akendest, mis toetab unehügieeni nõuandeid, mis viitavad sellele, et tänavavalguse ja varajase päevavalguse blokeerimine parandab und. Seda kinnitab ka uuring, mis näitab, et valgus võib suurendada erksust ja sellega seoses muuta ööpäeva rütmi (Bjorvatn & Pallesen, 2009).

Mao, Yang ja Wang (2018) töid oma uurimistöös välja, et hotellide kontekstis on võimalik und mõjutavaid tegureid jagada vastavalt klientide ootustele kolmeks: hotelli asukoht, hotelliga seotud omadused ja magamiskeskond. Magamiskeskonda kuuluvad tegurid, mida kirjeldati ülalpool ehk valgus, müra, voodipesu, madrats ja toatemperatuur ning lisaks nendele veel kehv õhukvaliteet, mis võib kahjustada inimese kopsufunktsiooni (Kayaba, Ihara, Kiusaka, Iizuka, Miyamoto & Honda, 2014).

Uneuuringute tulemused näitavad, et vali müra ja kehv naabruskond võib häirida inimeste magamistingimusi ning põhjustada halvema kvaliteediga une (Hale, Hill, Friedman, Nieto, Galvao, Engelman, Malecki & Peppard, 2013). Hotelli asukohaga seotud tegurite hulka kuuluvad asutuse geograafiline asukoht, ümbritsev naabruskond ja ümbritseva looduse olemasolu, need tegurid on seotud ka reisijate üldise ettekujutusega hotellidest ja välisest müratasemest, mis võivad lõppkokkuvõttes nende und mõjutada (Yang, Mao & Tang, 2017). Keskkonda ja und uurinud teadlased on tõestanud, et elamute asukoht mürarikas keskkonas mõjutab negatiivselt unekvaliteeti (Basner, Müller & Elmenhorst, 2011). Keskkonnapsühholoogia ja keskkonnaplaneerimise teadlased peavad linnapiirkondades asuvaid haljasalasid ja parke müra vähendajateks, mis võivad kaasa aidata läheduses asuvate inimeste unekvaliteedi parendamisele (Gidlöf-Gunnarsson & Öhrström, 2007).

Magamiskeskondade uuringud on tõestanud, et hoone ja rajatiste kvaliteet võib märkimisväärselt unekvaliteeti mõjutada (Chambers, Pichardo & Rosenbaum, 2016). Madala ehituskvaliteediga ehitised on tõenäoliselt ehitatud odavate ehitusmaterjalide abil, mis ei isoleeri hoone sisekeskkonda müra eest piisavalt. Selliseid hooneid hooldatakse tihti valesti või kehvalt, mis omakorda põhjustab siseruumides

mitteoptimaalsed elamustingimused, mis viivad unehäireteni. Hotellihoonete kontekstis mõjutab hotellikvaliteet külaliste magamiskvaliteeti ning hotellide tärnihinnang, mis on hotellitubade ja -teenuste kvaliteedi mõõdupuu, näib samuti olevat märkimisväärselt seotud unekvaliteediga. (Radojević, Stanisic & Stanić, 2017; Mao *et al.*, 2018)

Hotellid investeerivad voodite loomisse, mida külastajad soovivad ning mis vastaks hinna ja kvaliteedi suhtele. Kvaliteetse voodipesu pakkumine hotellitubades annab majutusasutusele ainulaadse eelise konkurentsiturul silmapaistmiseks, just seetõttu on paljud hotellid oma madratsid ja voodilinaid välja vahetanud kvaliteetsete toodete vastu. Luksuslikemate vooditega hotellitoad parandavad toa üldist kvaliteeti kliendi silmis. Luksuslik ja stiilne voodi koos mugava madratsiga ning kvaliteetne voodipesu tagavad, et klient saaks hotellis võimalikult hea magamiskogemuse. Majutusasutustes olevate madratsite suurus varieerub 900–3000cm suurustest eraldi taskutega mähhistest kuni lateksist või polüuretaanist valmistatud mähhisteta madratsiteni. Hea madrats parandab tervislikku und, säilitab seljaaju joonduse, vähendab survet seljale, reguleerib kehatemperatuuri ning takistab allergeenide teket. (Gumaste & Shahane, 2013) Jones (2007) on omaltpoolt väljatoonud, et hotellides on parem kasutada madratseid, mis oleksid vähemalt 15.2 cm pikemad kui magaja keskmine pikkus ning heal madratsil on tugev isolatsioonikiht, et eraldada vedrudest polster.

Hotelli padjamenüü võimaldab külastajal valida erinevate padjatüüpide vahel, mis varieeruvad norkamisvastastest patjadest kuni mikrokiudpatjadeni. Kui padi ei sobi kliendi poositüübiga ning ei toeta keha raskust, võib see põhjustada kaela- ja seljavalu, unetust ning peavalu. Seega on tähtis, et majutusettevõttel oleks valikus erinevad padjatüübid, mille seast saaks klient vajadusel valida endale sobiva, andes kliendile nii võimaluse parendada oma unekvaliteeti. (Gumaste & Shahane, 2013)

Hotellide padjamenüü ja madratsid saavad klientide poolt palju tähelepanu, kuid voodilinaid on kliendi esimeseks kokkupuutepunktiks, mistõttu on voodilinaide puhul oluline niitude arv, niidi kvaliteet, kanga viimistlus ja värv. Enamik hotelle kasutab polüestri- ja puuviljasegust koosnevaid voodilinu, kuid kõige lihtsam on hoolda Percale puuviljast valmistatud linu, mis näevad head välja pärast mitmekordset pesemist. Voodilinaide niitude arv sõltub vastavalt hotellitüübist vahemikus 230–330, vähesed hotellid kasutavad 300 niidiga voodipesu, mis on valmistatud Egiptuse puuvillast või

Ameerika orgaanilisest puuvillast. Voodipesu eelistatud värv on valge, kuna see näeb puhas välja ning peab hästi vastu rohketele pesupesemiskordadele. (Gumaste & Shahane, 2013) Maailma juhtiv tekstiiliettevõtte Vision on välja toonud, et hotellides on populaarsust kogumas polüpuuvillast voodilina, mis on odavamad täispuuvillast, kuid sellest hoolimata vastupidavad. Sellest materjalist linade eeliseks on vähesem staatilisuus, vastuvõtlikkus kortsudele ja kokkutõmbumisele. Vision peab luksuslikemate voodipesude optimaalseks niidiarvuks 300–400, kuid ka 200 niidiga voodipesu võib olla mugav. Voodilina valikust leiab erinevatest materjalidest voodipesusid, millest osadel on parem soojusjuhtivus ning erinevate tehnoloogiate abil valmistatakse voodiriideid, mis aitavad kaasa kehatemperatuuri stabiilsele püsimisele või näiteks pakkudes ka jahutavat efekti magamise ajal. (Vision, *n.d.*)

Uus suundumus hotellitubades on pimendavad kardinad, mida kasutatakse peamiselt valguse blokeerimiseks, kuid need tagavad ka välistemperatuuri isoleerimise, vähendades nii kütte- ja jahutuskulusid. Tubades kasutatavad uksetihendid ja kardinaklambrid aitavad kaasa koridorist ja akendest tuleneva valguse ja müra tõkestamiseks. Tähelepanuta ei saa jääda toatemperatuur, sest õige temperatuur aitab kaasa kvaliteetsele unele ning on vajalik välja puhamiseks, klient peaks saama seda vastavalt oma soovile muuta. (Gumaste & Shahane, 2013)

Tausthelide ja müra varjamiseks on üheks võimaluseks valge müra masin, mis aitab varjata ärritavaid helisid, mis takistavad uinumist või põhjustavad ärkamist. Teadlased on tõestanud, et valge müra suudab varjata keskkonnahelisid, aitab inimestel magama jääda ning parendab une kvaliteeti. (Farokhnezhad Afshar, Bahramnezhad, Asgari & Shiri, 2016) Hotellidele on eraldi välja arendatud seade nimega MODIO, mis toob ruumis esile rahustava taustaheli. See on praktiliselt varjatud müra maskeeriv seade, mis annab kliendile võimaluse kontrollida selle akustilisust samamoodi nagu on võimalik temperatuuri või valgustust reguleerida. (Modio, *s.a.*)

Vähem tuntud teenus on und soodustavate toitade ja jookide pakumine. Starwoodi hotellid pakuvad oma teenuste seas „*Sleep Well*“ menüüd, mis on spetsialiseeritud toidu- ja joogimenüü, mille valikust leiab erinevaid und soodustavaid toite ja jooke. Valikust leiab madala kalorsusega ning gluteeni- ja laktoosivabasid toite ja jooke. (Bharwani & Mathews, 2016)

Aroomiteraapia on üks populaarsemaid alternatiivse meditsiini meetodeid, mis hõlmab eeterliku õli sissehingamist. Mitmetel õlidel, näiteks lavendel, on rahustav ja lõõgastav toime, mistõttu on hea neid kasutada enne magama jäämist. (Fismer & Pilkington, 2012) Hotellides saab pakkuda lõõgastavaid vanni- ja duššiõlisid, tualett-tarbeid ning aroomipulkasid toas. Ameerika Massaažiteraapia Assotsiatsioon on esitanud erinevad uuringud, mis tõestavad, et massaažidel on und parendav toime, mistõttu saavad spaateenuseid pakkuvad hotellid suunata oma klientidele erinevaid massaaže ja spaaprotseduure, mis oleks neile abiks oma une parendamisel. (American Massage Therapy Association, *s.a.*)

Valgustusel on olulisi visuaalseid ja mittevisuaalseid aspekte, sest see sünkroniseerib kehas füsioloogilisi ja käitumuslikke rütme ning mõjutub keha bioloogilist kella, mispärast on oluline, et valgustus enne uinumist ei oleks liiga ere. Lõõgastava unekeskkonna loomiseks on oluline pakkuda võimalust klientidele muuta valgustust hämaramaks. (Lieshout-van Dalab, Snaphaana & Bongers, 2019) Liigse valguse varjamiseks saab kasutada magamismaske, mis on tuntud ka kui silmamaskid. Need aitavad inimesel kiiremini magama jääda ning kauem magada, kuna need blokeervivad sissetuleva valguse (Transparency Market Research, *n.d.*). Huang jt. (2015) poolt läbiviidud uuringu käigus selgus, et kõrvatroppide ja silmamaski kasutamine magamisel pikendab REM-und, kiirendab uinumist ja vähendab öist ärkamist.

Hotellidel on võimalik omalt poolt palju ära teha, et tagada klientidele võimalikult hea uni. Erinevatest uuringutest selgunud tulemuste põhjal saab öelda, et tähtis osa kliendi heas unes peale mugava voodi, on kvaliteetsetel vooditarvikutel ning tähtis on, et tuba oleks võimalikult mürakindel. Und mõjutavad toatemperatuur ja õhukvaliteet, mispärast oleks vajalik, et kliendid saaksid temperatuuri ise vajadusel muuta ning võimalusel tuleks tubades kasutada pimendavaid kardinaid. Kui hotell suudab pakkuda klientidele erakordset magamiskogemust, annab see ettevõttele konkurentide seas eelise, kuna hea uni on klientide üheks peamiseks ootuseks hotelli külastades. Kvaliteetse teenuse pakkumiseks, mis oleks ka und soodustav, on vaja selgitada ja anda ülevaade teenust arendavatest aspektidest majutusettevõttes.

1.3. Teenuste arendamine majutusettevõttes

Majutusteenuste laia valikuvõimaluse ja tiheda konkurentsi pärast turul on oluline külastajatele pakkuda väärtuslikke teenuseid. Tihtipeale võimaldavad majutusasutused põhiteenuse kõrvalt erinevaid lisateenuseid, et pakkuda klientuurile parimat kogemust. Teenuste arendamise käigus on oluline mõista kliendi ootusi ja vajadusi, et need rahuldada. Käesolev alapeatükk keskendub teenuste arendamisele majutusettevõttes.

Turism sõltub majutusvõimalustest ja teenustevalikust majutusasutuses. Majutus on turismi maatriks ja seetõttu on turismimajanduse laiendamiseks ja arendamiseks vaja majutusettevõtete laialdast valikut. Turismi ja hotellimajanduse korralduse kohaselt on majutus üks turismiga seotud põhivajadusi. Majutust madala tasemega hotellides kuni maailmatasemel luksushotellideni on võimalik leida kõigis suuremates turismisihtkohtades. Majutusteenused ja -võimalused on mõeldud külaliste vajaduste teenindamiseks ja toetamiseks, mis nõuavad erilist tähelepanu, et kliendi soovid saaksid rahuldatud. Igasuguste majutusteenuste eesmärk on pakkuda külalistele rahulolu lootusega, et külastajad on teenusest huvitunud, taaskülastavad ettevõtet või soovivad neid oma tuttavatele. (Chawla & Sengupta, 2017) Teenused on üldiselt protsessid, mis loovad klientidele väärtusi ja kasulikkust vastavalt nende vajadustele (Almeida & Pelissari, 2018).

Üldine kaasaegse ettevõtluse ja turismi arendamise filosoofia on suunatud turistidele, külalistele ja klientidele ning nende vajaduste ja soovide rahuldamisele. Kaasaegset külalislahkust eristatakse teenuse kvaliteedi pideva säilitamise ja uut tüüpi teenuste kasutustele võtmisega, mis pole hotellidele iseloomulikud. See on vajalik selleks, et tõsta majutusega kaasnevate teenuste kvaliteeti. Hotellimajanduse „ellujäämine“ nõudlikul ja dünaamilisel turul ning konkurentsivõime tõstmine sõltub suuresti hotellitoodete ja -teenuste kvaliteedi parandamisest. Kvaliteedile ja seeläbi oma külaliste rahulolule keskendunud hotellid võivad olla nõudlikul turismiturul edukad. (Batinic, 2016) Teenusekvaliteeti on määratletud kui erinevust kliendi ootuste ja tegelikult pakutava teenuse vahel (Nunkoo, Teeroovengadum, Thomas & Leonard, 2017).

Tänapäeval sõltuvad külalislahkusega tegelevate ettevõtete võimekus, püsijäämine ja finantstulemused otseselt ka kliendirahuolu saavutamisest konkurentidega võrreldes,

sest teenuste mitmekesisus ja konkurents on maailmaturul märkimisväärselt suurenenud (Davras & Caber, 2019). Konkurentsivõime säilitamiseks, olemasolevate klientide hoidmiseks ja uute klientide meelitamiseks parendavad majutusteenuse pakkujad põhistrateegiana teenuste kvaliteeti ja sellest tulenevalt paraneb ka klientide rahulolu. Teenuse kvaliteet on üks peamisi kliendi rahulolu määrajaid, kuid külaliste arvamused teenuse kvaliteedi kohta erinevad tavaliselt erineva klassifikatsioonireitingutega hotellides. (Nunkoo, Teeroovengadum, Ringle & Sunnassee, 2019) Sellest saab järeldada, et klientide rahulolul ja loojalsusel on hotellimajandusele nii otsene kui ka kaudne mõju (Kandampully & Hu, 2007).

Nõudlikul turismiturul domineerivad suundumused määravad kaasaegsete hotellide suunitlused, mille saab kokku võtta järgmiste trendidega: tarbijate muutuvad vajadused, töö- ja elutingimuste muutused, eluea pikenemine, teabekasv, suurem tervisekaitse vajadus (heaolu, spaa, mahetoit), rõhuasetus ökoloogiale ja tervislikule toidule, viibimine puhtas looduses, kasvav nõudlus seikluste ja põnevuste järele, suursündmuste külastamine ja uued motivaatorid reisimiseks. Majutusepakkujad peaksid neid suundumusi pidevalt uurima ja vastama tänapäevaste tarbijate nõudmistele, soovidele ja vajadustele. (Batinic, 2016)

Kaasaegseid majutusteenuseid võib liigitada järgmiselt (Batinic, 2016):

- majutusteenused,
- toidu- ja joogiteenused,
- puhke- ja sporditeenused,
- kultuuri- ja meelelahutusteenused,
- ostlemisteenused,
- erinevad lisateenused (juuksur, kosmeetik, fotograaf, taastusravi jms).

Teenusedisain on hotellides teenuse väärtuse tõstmiseks oluline. Vaatamata hotelliteenuste kvaliteedi suhtelisele tõusule viimastel aastakümnetel, ei ole kliendiväärtuse tajumine ootuspäraselt paranenud. Uus teenus hotellides on oluline konkurentsipüsimeks, sest teadaolevalt on paljud hotellid sarnased konkurentidega. Hotellid otsivad kiireid, operatiivseid ja väärtuslikke teenindusvõimalusi, peamiselt oma olemasolevate ressursside piires. Paremate tulemuste saamiseks peaksid hotellijuhid

keskenduma kogu teenusele, mille kaudu väärtus luuakse. Sellisel turul on ainulaadse väärtusliku teenuse pakkumine kliendile muutunud hotellijuhtide jaoks probleemiks. Teenuse kujundamine on üks lahendusi, mida saab olemasolevate ressurssidega kiiresti rakendada, võttes samal ajal arvesse kliendi vaadet. Teenuse kujundamise eesmärk on pakkuda teenust, mis vastaks kliendi ootustele ning teenuse kujundamise keskpunkt on loodav väärtus. Teenuse kujundamisel käsitletakse teenuse komponente nii üksikute osadena kui ka nende rolli väärtuses tervikuna. (Kozak & Acar, 2015)

Teenusedisaini protsessi saab jagada seitsmeks erinevaks etapiks, milleks on probleemi määratlemine, uurimine, idee loomine, prototüüpimine, sobiva valiku tegemine, rakendamine ja õppimine. Teenuse arendamine algab probleemi ja sihtrühma määratlemisega, sest probleemi ja selle piirangute mõistmine võimaldab välja töötada täpsemad ja sobivamad lahendused. Uurimisetapis vaadatakse üle probleemi ajalugu, klientide arvamused ning tehakse kindlaks võimalikud takistused. Idee loomise käigus on vaja kindlaks teha sihtrühma motivatsioonid ja vajadused ning selles etapis genereeritakse ideid nende rahuldamiseks. Prototüüpimine annab võimaluse välja töötada ja testida tekkinud idee enne, kui see esitatakse kliendile, misjärel valiku abil pakutakse välja sobiv lahendus, arvestades disaini lühieesmärki. Rakendamisel tehakse viimased parandused ja edastatakse uus teenus kliendile ning viimane õppimise etapp aitab töötulemusi parandada ning selle käigus tuleks klientidelt uue teenuse kohta tagasisidet koguda ning otsustada, kas lahendus täitis eesmärgi. (Ambrose & Harris, 2010)

Teenusedisaini protsessi aitab mõista topeltteemanti (*Double Diamond*) mudel, mis on loodud 2005. aastal Briti Disaininõukogu poolt. See põhineb graafiliselt lihtsal diagrammil, mis kirjeldab disainiprotsessi erinevaid ja üksteisega seotud etappe, andes mudelile topeltteemandi kuju. Mudel koosneb neljast faasist, milleks on avastamise etapp (*discover*), määratlemisetapp (*define*), arenduse etapp (*develop*) ja turule edastamise etapp (*deliver*). Mudeli esimeses osas ehk avastusfaasis otsitakse uusi võimalusi, teavet, suundumusi ning püstitatakse hüpotees või selgitatakse probleemi. Järgneb defineerimise etapp, mille käigus vaadatakse üle avastamisfaasis tekkinud ideed, tehakse valikud ning toimub probleemi täpsem määratlemine, millega suletakse esimene teemant. Teine teemant koosneb arendusetapist, mis sisaldab võimalike

lahenduste testimist ja arendamist ning viimases turule viimise faasis teostatakse lõplik testimine ning edastatakse toode turule, turundades seda sihtrühmale. (Tschimmel, 2012)

Teenuste arendamiseks on võimalik kasutada erinevaid meetodeid, milleks üheks on *Quality Function Deployment*, lühidalt tuntud kui QFD, mida kasutatakse toodete, süsteemide ja teenuste kavandamisel ning arendamisel. Selle idee seisneb kliendi soovide ja nõudmiste kujundamisel lõpptooteks, et tagada kliendi rahulolu. Teisisõnu on see struktureeritud lähenemisviis klientide leidmiseks, nende vajaduste mõistmiseks ja tagamiseks, see aitab ettevõtetel teha peamisi kompromisse selle vahel, mida klient soovib ning mida ettevõtte saab endale lubada. (Chien & Su, 2003) Kvaliteedifunktsioonide juurutamine on üks olulisemaid juhtimisvahendeid, mis on väljatöötatud uute või täiendatud toodete ja teenuste kvaliteedi tagamiseks, aidates mõõta kliendi rahulolu toote või teenusega (Han, Chen, Ebrahimpour & Sodhi, 2001). See pakub visuaalset ühendamisprotsessi, mis aitab keskenduda klientide vajadustele toote või protsessi kogu arendustsükli vältel, selle lõpptulemuseks on kliendikesksem ja kvaliteetsem toode. Toote või teenuse edu sõltub sellest, kuidas need on kooskõlas klientide ootuste ja vajadustega. QFD lähtepunktiks on kliendi nõudmised, mis on sageli mittemõõdetavad, mille järel muudetakse need tehnilisteks kirjeldusteks. QFD protsess koosneb neljast peamisest etapist, milleks on: toote planeerimine, tootekujundus, protsesside kavandamine ja protsessi kontroll. (Bouchereau & Rowlands, 2000)

1980. aastatel töötas välja professor Noriaki Kano analüüsimudeli kliendi vajaduste uurimiseks ja mõõtmiseks, mudelit saab graafiliselt näidata kahe telje ehk x-telje ja y-telje kombinatsioonina. See aitab kategoriseerida ja tähtsustada klientide vajadusi ja soovet, pakkudes klientidele nii suuremat rahulolu. Peale kliendi põhivajaduste, keskendub see ka jõudluse ja põnevusnõuete väljaselgitamisele, lisades teenusele uusi atraktiivseid funktsioone põhifunktsioonide kõrval. Mudel põhineb seisukohal, et toote või teenuse puhul ei ole tähtis ainult funktsionaalsus, vaid ka kliendi emotsioonid. Mudeli kaudu liigitatakse toote või teenuse omadused kolmel viisil: kohustuslikud, ühemõõtmelised ja atraktiivsed atribuudid. (Južnik Rotar & Kozar, 2017) Teenuse kvaliteedi mõõtmiseks ja hindamiseks tuntumad mudelid on veel Grönroosi mudel,

Gap-mudel, SERVQUAL ning selle modifikatsioon SERVPERF (Ghotbabadi, Feiz & Baharun, 2015).

Majutusettevõtted pakuvad peale majutuse ka erinevaid lisateenuseid, et rahuldada küllastajate vajadused ja ootused. Majutusasutused sõltuvad klientide rahulolust ja teenuse kvaliteedist, mistõttu on oluline pidevalt oma teenuseid arendada. Pakkudes nii küllastajatele parimat kogemust ja tõstes seeläbi kliendi rahulolu. Teenusearendamise protsess võib olla aeganõudev, kuid on oluline teenuse väärtuse tõstmiseks ning olemasolevate klientide hoidmiseks ja uute ligimeelitamiseks. Teenuste arendamiseks on välja töötatud erinevaid meetodeid ja mudeleid, mis aitavad mõista kliendi soove ja muuta teenust paremaks.

2. UURING UND MÕJUTAVATEST TEGURITEST GO HOTEL SHNELLIS

2.1. Go Hotel Shnelli lühitutvustus, uuringu metoodika ja kirjeldus

Antud alapeatükis tutvustatakse lühidalt Go Hotel Shnellit ning kirjeldatakse uuringu meetodit, valimit ja korraldust. Go Hotel Shnelli ei paku klientidele teenuse- ja tootevalikut une parendamiseks ning klientide tagasiside kokkuvõtet analüüsid, mis põhineb TripAdvisor, Bookingu ja GuesJoy kommentaaridele, mainitakse sageli negatiivsete kommentaaridena unekvaliteediga seotud puudusi nagu liigne müra ja mitterahuldava kvaliteediga voorditarbed. Seega, sõnastatakse uurimisküsimus järgmiselt: Kuidas hindavad külastajad oma unekvaliteeti ja millised võimalused oleksid selle parendamiseks Go Hotel Shnellis? Uuringu eesmärgiks on välja selgitada klientide ootused ja vajadused unekvaliteeti parendavatele toodetele/teenustele Go Hotel Shnellis.

Go Hotel Shnelli, aadressiga Toompuiestee 37, on kolmetärnihotell Tallinna kesklinnas Balti Jaama ühistranspordi sõlmpunktis. Hotell avati 2005. aasta juunis ning on renoveeritud 2017. aastal. Shnelli hotellis on kokku 138 numbrituba kolmes erinevas kategoorias: Standard, Superior ja peretoad. Hotelli ümbruses on Shnelli park ja Tallinna vanalinn, asudes Raekojaplatsist 700m kaugusel. (Go Hotel Shnelli, *s.a.*)

Unekvaliteedi tagamiseks on Shnelli hotellis välja vahetatud voodid Standard ja Superior tubades kolm aastat tagasi. Voodi vahetuse käigus asendati vanad voodid uutega, mis on laiemad ja tugevama raamiga. Ühe voodi laius on 90*200cm ning voodile on peale asetatud kattedraks. Hotelli vastuvõtt on võimalik küsida kõrvatroppe ning 2020 aasta alguses vahetati välja Standard tubade ehk raudteejaama vaatega tubade aknad. Hotelli asukohta arvestades on müra peamiseks probleemiks, kuna hotell asub maantee ääres ning raudteejaama kõrval. Hetkeseisuga pakub hotell

üksikuid tooteid, mis aitaksid klientide unekvaliteeti tõsta ning ettevõtte ei olnud teadvustanud, et võiks unekvaliteeti puudutavale teemale rohkem keskenduda. (Suuline vestlus, 20.04.2020)

Andmete kogumiseks kasutati kvantitatiivset uuringut, täpsemalt ankeetküsitluse meetodit, mis toetub lõputöö teooriale (vt tabel 1) ning milles on kokku 18 küsimust. Uuringu läbiviimiseks kasutati küsitlust, sest see on tõhus viis koguda andmeid suurelt vastajaskonnalt ning saada konkreetseid ja kindlad vastused (Jones, Baxter & Khanduja, 2013). Ankeedi algul on välja toodud uuringu eesmärk, vastamisele kuluv aeg, uurija kontaktid ning vastajal on palutud jätta oma e-mail. Vastaja e-mail oli vajalik loosi võitjaga kontakti saamiseks, kuna kõikide vastanute vahel loositi välja majutuspakett kahele üheks ööks koos hommikusöögiga Shnelli hotellis. Küsimustiku abil (vt lisa 1) selgitati välja, kuidas hindavad Go Hotel Shnelli külastajad unekvaliteeti hotellis. Küsimustele vastamiseks kasutati valikvastuseid, millest kolme küsimuse puhul oli võimalik valida mitu vastusevarianti. Etteantud seitsme väite hindamiseks kasutati neljapalliskaalat, milles on järgnevad valikud: „ei oska öelda“, „ei nõustu üldse“, „pigem ei nõustu“, „pigem nõustun“ ja „täielikult nõus“. Lisaks eelnevale on nelja küsimuse puhul valikuvõimalusena variant „Muu“ ning ühe küsimuse puhul oli soovi korral võimalik oma vastust sõnaliselt täpsustada.

Tabel 1. Küsimustiku koostamisel aluseks võetud teemad ja autorid (autori koostatud)

Unekvaliteet	(Mezick, <i>et al.</i> , 2008) (Barnes, <i>et al.</i> , 2016)
Unehäired	(Maaailma Terviseorganisatsioon, 2004) (Auger & Morgenthaler, 2009)
<i>Jet lag</i>	(Cingi, <i>et al.</i> , 2018)
Esimese öö efekt	(Earl, <i>et al.</i> , 2019) (Hutchison, <i>et al.</i> , 2008)
Reisimine ja uni	(Auger & Morgenthaler, 2009)
Und mõjutavad tegurid hotellides	(Pallesen, <i>et al.</i> , 2015) (Mao, <i>et al.</i> , 2018) Valtonen & Veijola, 2011)
Unekvaliteeti parendavad tooted/teenused	(Gumaste & Shahane, 2013)
Teenuse arendamine	(Batinic, 2016) (Ambrose & Harris, 2010) (Chien & Su, 2003) (Han, <i>et al.</i> , 2001)

Küsitlus viidi läbi Google Forms keskkonnas koostatud ankeedi abil. Ankeet koostati eraldi eesti- ja inglisekeelne, et vastata saaksid ka välisriikide külastajad. Küsitlust

jagati sotsiaalmeediakanali Facebook vahendusel Go Hotel Shnelli profiilil ning saadeti hotelli klientidele vastamiseks e-mailile. Enne lõpliku ankeedi jagamist klientidele viidi läbi pilootuuring, mis toimus 14.03.2020, mille tulemusena korrigeeriti küsimusi ja vastusevariante. Uuring viidi läbi ajavahemikus 22.03.2020–11.04.2020. Küsitlus postitati Shnelli hotelli Facebooki lehele 22.03.2020 ning ajavahemikus 03.04–10.04.20 saadeti laiali küsitlus klientidele e-maili vahendusel, kes on ööbinud Shnelli hotellis ajavahemikus 01.09.2019–08.04.2020 ning kelle e-mail oli kättesaadav. E-mail saadeti kokku 780-le kliendile, valimi ajavahemikuks valiti viimase seitsme kuu jooksul ja uuringu ajal majutunud kliendid. Uuringu üldkogumiks olid kõik Go Hotel Shnellis majutunud kliendid ning valimiks Go Hotel Shnelli kliendid, kes ööbisid hotellis ajavahemikul 01.09.2019–08.04.2020, seega kasutati kõikset valimit. Kokku oli vastajaid 10.04.2020 seisuga 105. Kõlbmatuid ankeete ei esinenud, mistõttu osutusid kõik laekunud vastused sobilikuks.

Küsimustiku esimeses osas, mis koosneb seitsmest küsimusest, uuriti vastajate kokkupuudet uneprobleemidega igapäevaselt, hotellides viibides ja peale reisimist. Teises osas uuriti kaheksa küsimuse abil unekvaliteeti Shnelli hotellis ning järgnevas kolmandas osas keskenduti kolme küsimuse abil vastaja sotsiaaldemograafilistele andmetele.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

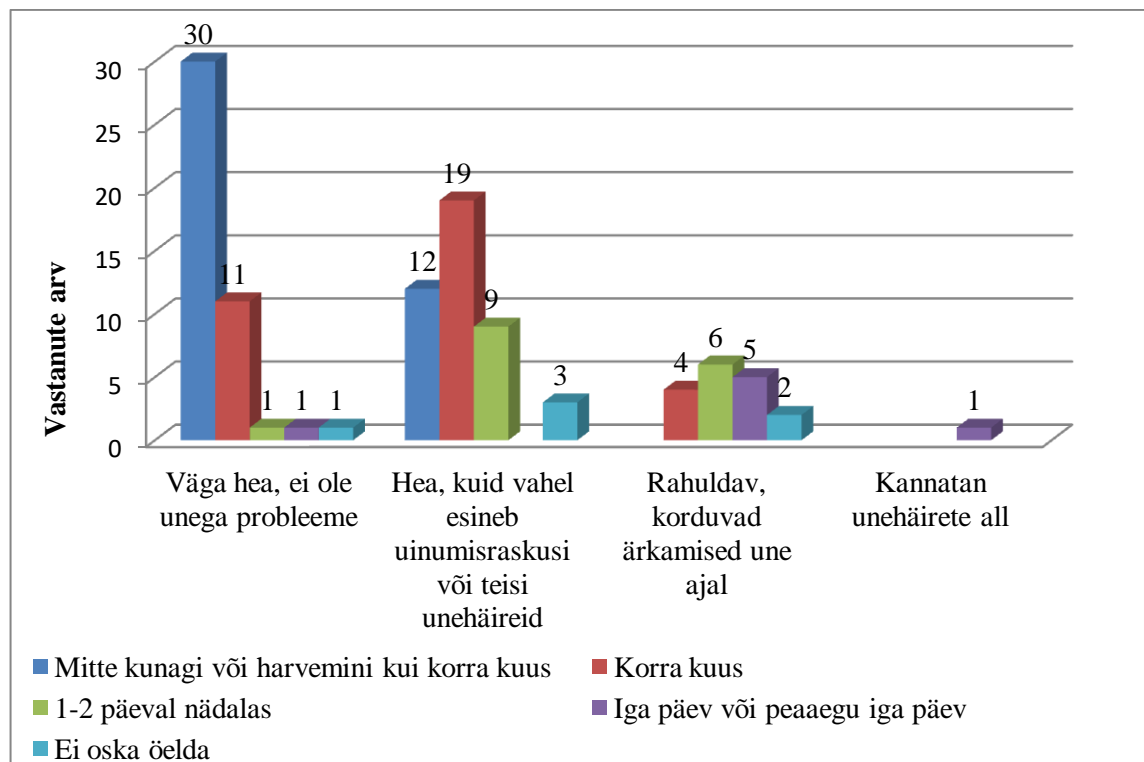
Saadud tulemused dokumeneeriti ja kodeeriti Exceli tabelisse ning uuringu järgselt teostati saadud tulemuste põhjal sisuline analüüs. Unekvaliteedi uuringu lõpuks laekus kokku 105 ankeeti, millest 61 oli täidetud eesti keeles ja 44 inglise keeles. Inglise keeles vastatud ankeedid sisestati ümber käsitsi eestikeelsesse, et oleks terviklik ülevaade kõikidest vastustest korraga. Tulemused on esitatud kirjeldavas ja analüüsivas vormis ning on illustreeritud joonistega.

Ankeedi esimene osa keskendus hotelli klientide unekvaliteedile igapäevaselt ja võõras keskkonnas viibides. Alustuseks selgitati välja, kas vastajad on tundnud, et neil on üldiselt hotellides viibides raskem uinuda. Analüüsi käigus selgus, et 76 vastanut pigem ei ole või ei ole üldse tundnud, et neil oleks majutusettevõtet külastades raskem magama jääda. 23 vastanut tõdesid, et neil on hotellis ööbides raskem uinuda ning kuus

kõigist vastanutest valisid variandi, et hotellis magama jäämine on nende jaoks oluliselt raskem.

Järgmisena uuriti, kuidas hindavad vastanud oma unekvaliteeti igapäevaselt. Kokku hindas 87 inimest oma unekvaliteeti väga heaks või heaks, kellest 43 vastanul esineb vahel uinumisraskusi või teisi unehäireid, kuid üldine unekvaliteet on hea. Rahuldav unekvaliteet, korduvate ärkamistega une ajal, oli 17 inimesel ning üks vastanu kannatab unehäirete all.

Kolmanda küsimuse eesmärgiks oli välja selgitada, kas vastajatel on esinenud unehäireid. Tulemustest selgus, et 42 vastanul ei ole esinenud unehäireid mitte kunagi või harvemini kui kord kuus. Vähemalt korra kuus või sagedamini esineb unehäireid 50 inimesel ning igapäevaselt puutuvad unehäiretega kokku seitse vastanut. „Ei oska öelda“ osutus valitus kuuel korral, mille põhjal saab oletada, et antud variandi valinutel puudusid piisavad teadmised unehäiretest või neile hinnangu andmiseks. Teise ja kolmanda küsimuse puhul on oluline arvestada asjaoluga, et tegemist on vastanute enda arvamusega ja rahuloluga oma une kohta. Töö autor võrdles omavahel teise ja kolmanda küsimuse vastuseid ehk põhinedes unekvaliteedile antud hinnangule, toodi välja kui sageli esineb vastanutel unehäireid (vt joonis 1).



Joonis 1. Unehäirete esinemine unekvaliteedi hinnangule põhinedes (autori koostatud)

Jooniselt on näha igapäevasele unekvaliteedi hinnangule põhinedes vastanute unehäirete esinemissagedus. Kokku oli vastajad 44, kes hindasid oma unekvaliteeti väga heaks, kellest enamus ei koge unehäireid kunagi või harvemini kui korra kuus. 11 vastajat kogevad unehäireid korra kuus, kuid hindavad unekvaliteeti siiski väga heaks ning kahel esineb unehäireid sagedamini. 43 vastajat valisid igapäevase unekvaliteedi hindamiseks variandi hea, kuid kogedes vahel uinumisraskusi või teisi unehäireid. Analüüsides, kui tihti esineb selle vastusevariandi valinutel unehäireid, selgub et kõige populaarsem vastus oli, et korra kuus, mille valis 19 inimest, järgnesid variandid mitte kunagi või harvemini kui korra kuus, mida valiti 12 korda ning üheksal vastajal esineb unehäireid 1–2 korda nädalas. Rahuldavalt hindas oma unekvaliteeti 17 inimest, kellest kuuel on unehäired 1–2 korral nädalas, viiel inimesel igapäev või peaaegu igapäev ning neljal korra kuus. Kõigist vastanutest kannatab üks inimene unehäirete all, kogedes neid iga päev või peaaegu iga päev.

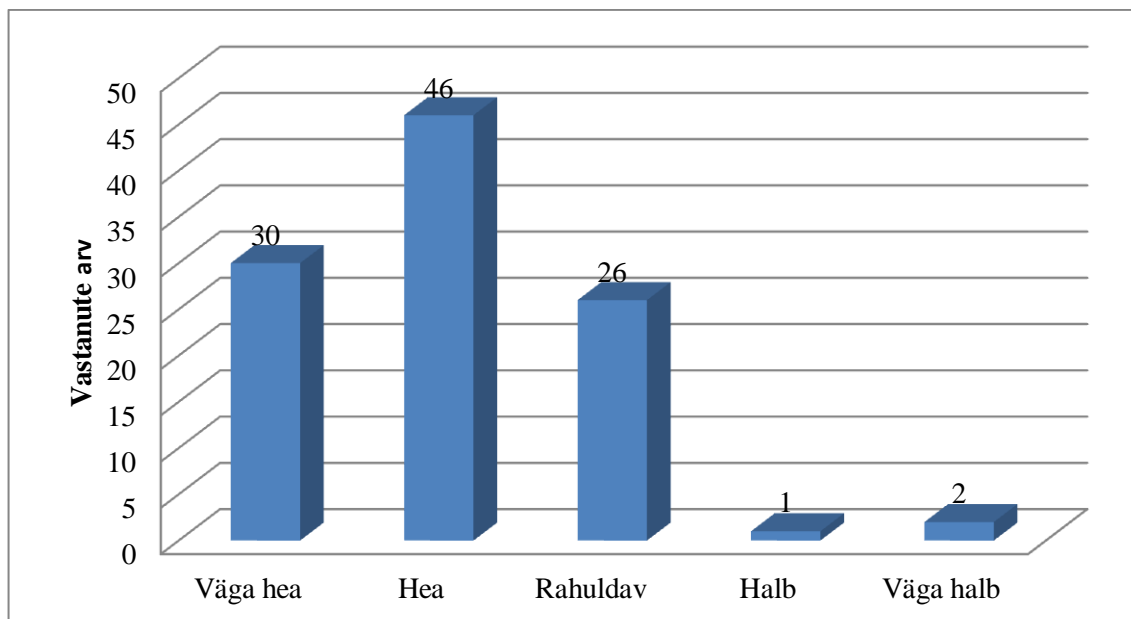
Vastajate käest uuriti, kas nad on varasemalt kuulnud esimese öö efektist hotellides ning selle mõjust unele. Enamus ehk 70 vastajat ei ole kunagi esimese öö efektist kuulnud ning ei tea, kuidas see und mõjutab. 30 vastanut on antud efektist varasemalt kuulnud,

kuid ei tea selle mõjust ning viis teavad täpselt, mida esimese öö efekt hotellides endast kujutab. Vastajate käest uuriti, kas nad arvavad, et esimese öö efekt vastab tõeale või mitte ning selgus, et 62 usuvad selle olemusse ning 14 on veendunud, et sellel puudub tõepõhi. Variandi „Ei oska öelda“ valis 29 vastanut, millest saab järeldada, et nendel vastajatel võisid puududa varasemad teadmised esimese öö efektist ning selle mõjust, mistõttu ei osanud nad antud küsimusele oma hinnangut anda.

Küsitluse esimese osa lõpetuseks sooviti teada saada, kas reisimine on inimeste und mõjutanud ning põhjustanud uneprobleeme. Peamiseks vastusevariandiks osutus „Ei ole kogenud“, mille valis 68 vastanut. Unega on harva probleeme olnud 31 vastanul ning kuus vastanutest kogevad alati uneprobleeme peale reisimist. Järgnevalt uuriti täpsustamiseks neilt, kes vastasid eelmisele küsimusele positiivselt, milliseid uneprobleeme on neil peale reisimist esinenud.

Antud täpsustavale küsimusele vastas 105-st 42 vastanut. Vastajatel oli võimalik valida mitu vastusevarianti korraga, kõige populaarsemaks variandiks osutusid raskem uinuda, mida valiti 23 korda ning öine ärkamine, mida esines 15 korra, järgnesid uneprobleemid nagu unetus, pidev väsimus ja ärevus, mille esinemissagedus oli vastavalt seitsmel, viiel ja neljal korral. Ühel korral osutus valituks hingamisraskused magamise ajal.

Ankeedi teine osa keskendub unekvaliteedile Shnelli hotellis ning unekvaliteeti parendavatele toodetele ja teenustele. Esiteks selgitati välja, kuidas hindavad hotelli kliendid unekvaliteeti Shnelli hotellis (vt joonis 2). Saadud vastuseid analüüsides selgub, et 30 inimest arvavad, et unekvaliteet Shnelli hotellis on väga hea ning 46 hindasid kvaliteeti heaks. Hotell pakub rahuldavat unekvaliteeti 26 vastaja arvates, ühe kliendi meelest on unekvaliteet halb ja kaks klienti hindasid unekvaliteeti väga halvaks.



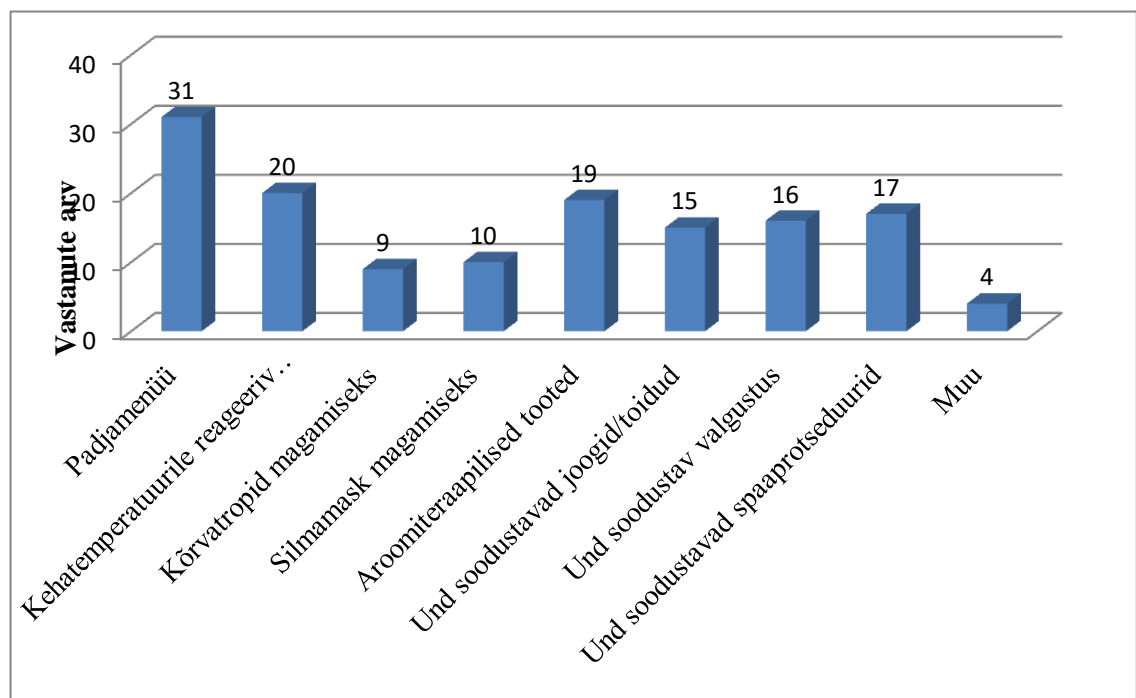
Joonis 2. Hinnang unekvaliteedile Shnelli hotellis (autori koostatud)

Selleks, et teada saada, mis mõjutas klientide unekvaliteeti, paluti vastajatel täpsustada, kes hindasid unekvaliteeti rahuldavaks või halvaks, mis häiris nende und enim. Võimalik oli valida mitu vastusevarianti ning soovi korral sai valida variandi „Muu“, kokku vastas küsimusele 41 inimest. Kõige häirivamaks teguriks oli liigne müra, mida valiti 15 korral. Kümnel korral valiti und pärssiva tegurina nii ebamugavat patja kui ka ebasobivat toatemperatuuri. Üheksal korral mainiti ebamugavat madratsit ning ühel korral ebakvaliteetset voodipesu. Üheksa inimest valisid variandi „Muu“ ning antud vastusevariandis toodi välja järgnevaid puudusi nagu: liiga ere valgustus voodi kohal, hotellituba tekitab tühja tunde või ei ole hubane, radiaator teeb häirivaid hääli, uus harjumatu koht, rongide teadustaja hääli kõlaritest kostub tuppa, rongide heitgaasid ning kahel korral lisati täpsustusena, et unekvaliteet hotellis oli hea.

Järgnev avatud vastusega küsimus andis võimaluse vastajatele oma vastusevarianti täiendada või põhjendada, võimalust kasutas 16 vastanut. Täiendavate kommentaaridena mainiti, et voodi on väga kitsas, tekk on liiga paks, padjad on õhukesed ja väikesed ning hotelli vooditarbed ei ole nii mõnusad ja pehmed kui tavaliselt hotellides on. Korduvalt mainiti liigset müra, mis tuleneb rongidest või rongijaamast ning liiga sooja tuba. Lisaks eelnimetatule toodi und häirivate omadustena välja kuiv õhk, toas puudub õhukonditsioneer, kostuv müra tubade vahelisest vaheuksest ning seinad lasevad heli hästi läbi. Kolmel korral mainiti, et värske või

jaheda õhu saamiseks ei saa akent lahti hoida, kuna siis on väga mürarikas või tuppale tuleb diisliõhn rongidelt. Kaks vastanut kinnitasid, et uni oli väga hea ning tuba ja vooditarbed olid mõnusad.

Küsimusega, mis uuris, kas kliendid oleksid huvitatud une kvaliteeti parendavatest toodetest ja teenustest, vastas 57 inimest, et on ning 48, et ei ole huvitatud. Klientidele, kes vastasid küsimusele positiivselt, järgnes küsimus, mis täpsustas, millised und parendavad tooted/teenused pakuksid kõige enam huvi (vt joonis 3). Küsimusele vastas kokku 60 inimest, mis tähendab, et kolm vastanutest, kes valisid eelmise küsimuse puhul variandi, et nad ei ole huvitatud und parendavatest toodetest ja teenustest, vastasid ikkagi küsimusele, mis täpsustas huvi antud toodete ja teenuste vastu. Võimalik oli valida mitu vastusevarianti ning soovi korral lisada omapoolne vastus „Muu“ variandi abil.



Joonis 3. Huvipakkuvad tooted ja teenused une parendamiseks (autori koostatud)

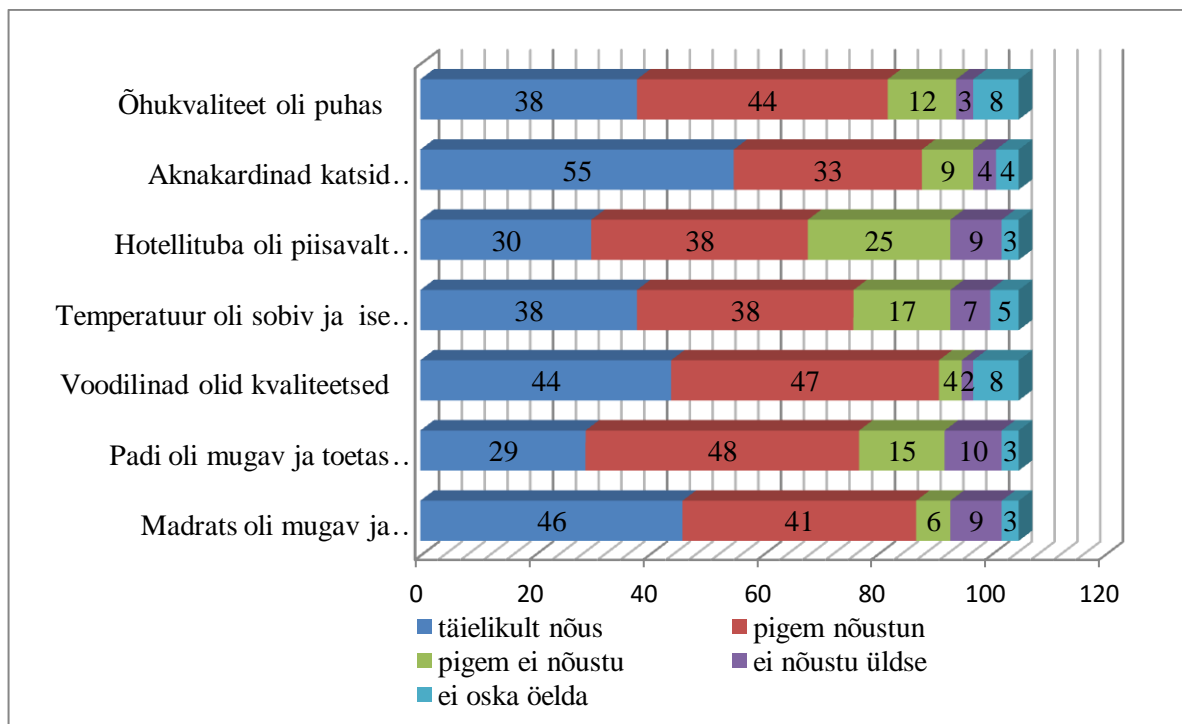
Kõige huvipakkuvamaks tooteks osutus padjamenüü, millest oleks huvitatud 31 klienti. Peaaegu võrdselt pakub huvi kehatemperatuurile reageeriv voodipesu ja aroomiteraapilised tooted, mida valiti vastavalt 20 ja 19 korral. Järgnesid tooted ja teenused nagu und soodustavad protseduurid spaas, und soodustav valgustus ja und soodustavad joogid/toidud. Vähem populaarsemateks vastusteks osutusid silmamask

magamiseks ning kõrvatropid, mis osutusid valituks vastavalt kümnel ja üheksal korral. Neli inimesti valisid variandi „Muu“ ning vastustena toodi välja kahel korral suurem ja mugavam voodi, õhem tekk ja õhuniisutaja.

Vastajatelt küsiti, kas nende hinnangul on Shnelli hotell pööranud piisavalt tähelepanu erinevatele teguritele hotellis, et tagada klientide unekvaliteet. Kõikidest vastajatest 53 arvavad, et Shnelli hotellis on piisavalt tähelepanu pööratud erinevatele teguritele klientide unekvaliteedi tagamiseks, kuid oleks võimalik teha parendusi. 25 on veendunud, et kõik on hästi läbi mõeldud ning erinevatele teguritele on juba praegu rõhku pandud, kaheksa arvamuse kohaselt on tähelepanu pööratud minimaalselt ning üks vastanu arvas, et unekvaliteedi tagamiseks mõeldud tegurid ei ole üldse läbi mõeldud. 18 vastanut ei osanud küsimusele hinnangut anda ning valisid variandi „Ei oska öelda“.

Küsimusega, kas tuleksite Shnelli hotelli ööbima, kui hotell pakuks unekvaliteeti soodustavaid tooteid/teenuseid, sooviti teada saada, kas klientidel oleks huvi Shnelli hotellis ööbimise vastu, kui ettevõtte pakuks tooteid ja teenuseid, mis aitaksid parendada unekvaliteeti. Üle poolte ehk 71 külastajat tuleks hotelli ööbima, kui toote- ja teenusevalikus oleks unekvaliteeti parendavad võimalused. Üks vastanutest ei valiks Shnelli hotelli ööbimiseks, kui antud tooteid ja teenuseid pakutaks ning 33 ei osanud antud küsimusele hinnangut anda.

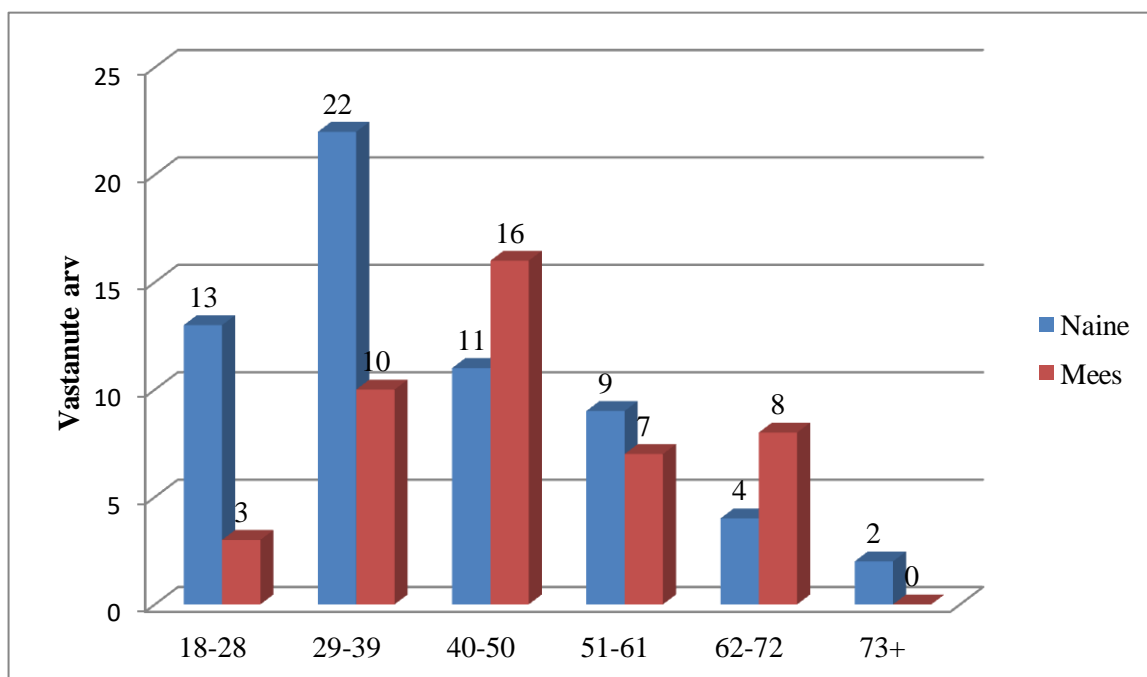
Küsimustiku teise osa lõpetuseks paluti vastajatel hinnata neljapalliskaalal erinevaid väiteid hotelli kohta, mis põhinesid peamistele und mõjutavatele teguritele hotellides (vt joonis 4).



Joonis 4. Hinnang unekvaliteeti mõjutavatele teguritele Shnelli hotellis (autori koostatud)

Õhukvaliteedi puhtusega nõustused täielikult või olid pigem nõus kokku 82 vastanut, 12 pigem ei hinnanud õhukvaliteeti puhtaks ning kolm ei nõustunud üldse. Aknakardinate kohta esitati väide, et need katavad piisavalt päevavalgust, sellega oli täielikult nõus 55 ja pigem nõustus 33 inimestest. Kokku 13 ei nõustunud üldse või pigem ei nõustunud, et kardinaid aitavad katta liigset päevavalgust. Hotellituba mürakindlus oli väide, millel oli kõige suurem variandi „pigem ei nõustu“ osakaal, selle variandi valis 25 inimest. Toa mürakindlusega nõustused kokku 68 ning üheksa arvates ei ole tuba üldse mürakindel. Temperatuuriga oli rahul 76 klienti, kuid 17 pigem ei nõustunud ja seitse ei nõustunud üldse sellega, et toatemperatuur oleks olnud neile sobiv või polnud võimalik seda ise reguleerida. Voodilinnade kvaliteedile anti positiivne hinnang 91 vastaja poolt ning kuus klienti pigem ei nõustunud või ei nõustunud üldse, et linnad on kvaliteetsed. Sellega, et padi oli mugav ja toetas keharaskust, nõustus täielikult 29 vastanut ehk kliendid olid selle väitega kõige vähem täielikult nõus. Pigem nõus olid 48 ja 25 vastanutest pigem ei nõustunud või ei nõustunud üldse. Madratsi mugavusega nõustused 87 ning ei nõustunud 15 klienti, kellest üheksa polnud üldse antud väitega nõus.

Küsitluse viimane osa keskendus vastajate sotsiaaldemograafilistele andmetele ning kolme küsimuse abil selgitati välja vastanute sugu, vanus ja päritoluriik. Sotsiaaldemograafiliste andmete analüüsist selgub (vt joonis 5), et 61 vastanutest olid naised ja 44 mehed. Kõige populaarsem vanusegrupp oli vahemikus 29–39 eluaastat, mille moodustas 32 vastanut, järgnesid 40–50 aastased, keda oli 27. Vanusegruppidesse 18–28 ja 51–61 kuuluvaid vastajaid oli võrdselt ehk 16 mõlemas vanuserühmas. 62–72 aastaseid oli kokku 12 ning kõige väiksema osakaaluga olid 73 ja vanemad, keda oli kaks kõigist vastanutest.



Joonis 5. Vastanute jaotus soo ja vanusegruppide põhjal (autori koostatud)

Kõige rohkem ehk 51 vastajat pärinesid Eestist ning suuruselt järgmise osakaaluga olid soomlased, keda oli kokku 36. Rootsist oli pärit viis, Šotimaalt kaks ning 11 vastajat olid pärit erinevatest riikidest nagu Saksamaa, Norra, Belgia, Iirimaa, Brasiilia, Slovakkia, Ameerika Ühendriigid, Horvaatia, Ungari, Läti ja Leedu.

2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud

Läbiviidud uuringust selgus, et vastajate üldine unekvaliteet on hea, kuid üle poolte vastanutest kogevad unehäireid vähemalt korra kuus või sagedamini, mis toetab teoorias käsitletud uuringu tulemusi, et unehäireid on ühiskonnas levinud probleemiks. Vähestel

vastanutel esineb raskusi uinumisega hotellides viibides. Vastused ei ole kooskõlas teoorias välja toodud uuringuga, võrreldes neid Hutchinsoni jt. (2008) poolt läbiviidud uuringuga, on esimese öö efekti esinemissagedus käesoleva uuringu tulemuste puhul tunduvalt madalam. Suurem osa vastanutest usub esimese öö efekti olemusse, kuid uuringu tulemuste analüüsist selgus, et raskusi hotellis uinumisega oli 29 vastajal 105-st. See tähendab, et kliendid saavad end välja puhata ka hotellis ööbides ning võõras keskkonnas magamine ei mõjuta oluliselt unekvaliteeti. Suure vastajate arvu esinemine, kes tundsid, et hotellis ööbimine ei mõjuta nende und märgatavalt, võib olla omakorda seoses esimese öö efekti vähese teadlikkusega vastanute seas.

Sageli kogetakse peale reisimist erinevaid uneprobleeme, mis on põhjustatud reisimisega kaasnevast stressist ja kurnatusest (Cingi, *et al.*, 2018). Uuringu tulemusi analüüsides selgus, et üle poole ehk 68 vastajal ei ole üldse esinenud uneprobleeme peale reisimist ning 31 inimesel esineb neid harva, väike osa valimist kogeb neid alati. Teooria ja uuringu ebakõla võib tuleneda sellest, et ankeedile vastajad on küsimusele hinnangu andmiseks aluseks võtnud lühemad reisirid, mis ei põhjusta ajavöönditest tulenevat väsimust ning suurt kurnatust. Vastanute seas oli kõige levinum uneprobleem, mida kogetakse peale reisimist, raskused uinumisega ning sellele järgnesid uneprobleemid nagu öine ärkamine ja unetus, mis ühtivad Cingi jt. (2018) poolt välja toodud uneprobleemidega teooria osas.

Shnelli hotelli kliendid hindavad oma unekvaliteeti hotellis heaks, kuid peaaegu võrdselt esineb vastastikuseid arvamusi, mis hindasid unekvaliteeti väga heaks või rahuldavaks. Kvaliteetne uni hotellis on kliendi üks peamisi ootusi majutustetevõttele ning see on oluline aspekt, millel on otsene seos kliendi rahuloluga hotellitoodete ja -teenuste osas (Xiang, *et al.*, 2015). Peaaegu pooled vastajad ehk 53 vastanut arvasid, et Shnelli hotellis on erinevad und mõjutavad tegurid läbi mõeldud, et tagada klientidele hea unekvaliteet, kuid oleks võimalus teha parendusi, mis läbi tõsta klientide unekvaliteeti. Analüüsides küsimuste vastuseid, mis käsitlesid unekvaliteeti Shnelli hotellis, saab pidada unekvaliteeti Shnellis heaks, kuid ettevõttel on võimalik areneda ning muuta unekvaliteet klientide jaoks paremaks.

Varasematest uuringutes on leitud, et peamisteks und häirivateks teguriteks hotellides on ebamugav padi ja voodi, kõrge toatemperatuur ning ebakvaliteetsed voodililinad ja

tekid (Pallesen, *et al.*, 2015). Lisaks on und häirivate teguritena mainitud liigset müra, õhuukvaliteeti ja päevavalgust akendest (Muzet, 2007; Bjorvatn & Pallesen, 2009). Teoorias välja toodud und häirivad tegurid hotellides kattuvad antud töö käigus läbiviidud uuringu tulemustega. Shnelli hotellis on peamiseks und segavaks teguriks liigne müra, millele järgnes võrdsete vastajate arvuga ebamugav padi ning ebasobiv toatemperatuur.

Selleks, et mõista paremini und häirinud tegureid, oli võimalus vastajatel vastuseid täpsustada. Ebasobivat toatemperatuuri põhjendati sellega, et tubades pole õhukonditsioneerid ning tubades on liiga palav. Vastajad täpsustasid, et värske või jaheda õhu saamiseks, ei saa toas akent lahti teha, kuna siis kostub väljast tulenev müra veelgi rohkem tuppa. Peamise müratekitajana toodi välja rongid, kuid mainiti ka läbikostuvaid seinu, tubade vaheustest tulenevat müra ning radiaatori häirivaid hääli. Hetkel hotellis kasutuses olevate patjade peamiseks probleemiks on see, et need on liiga väikesed ja õhukesed. Nagu ka Palleseni jt. (2015) uuringust selgus, hinnati ebamugavamad patja häirivamaks teguriks kui ebasobivat madratsit, tekki või voodipesu.

Võttes arvesse Shnelli hotelli asukohta raudtee kõrval ja maantee ääres, saab liigset müra hotellis seostada Hale jt. (2013) uuringuga, mille tulemused tõestasid, et vali müra ja naabrusskond võivad häirida inimeste und ning põhjustada halvema kvaliteediga une ning Basner jt. (2011) uuringuga, millega on tõestatud inimeste halvemat unekvaliteeti mürarikkas keskkonnas.

Klientidel paluti lisaks hinnata erinevaid väited, mis põhinesid teoorias välja tulnud seitsmel erineval und häirival teguril hotellides, saades nii ülevaate kuivõrd rahul ollakse Shnelli hotellis samade unekvaliteedi mõjuritega. Kokkuvõtvalt selgus, et kõikide esitatud väidetega ollakse pigem või täielikult nõus. Kõige suurem täielikult nõus osakaal puudutas aknakardinaid, et need katavad piisavalt päevavalgust ning kõige rohkem ei nõustunud üldse sellega, et padi oleks olnud mugav ja toetanud keharaskust. Kahe küsimuse analüüsi tulemusena saab öelda, et kõige rohkem häirib klientide unekvaliteeti Shnelli hotellis liigne müra, ebamugavad ja väikesed padjad ning ebasobiv toatemperatuur, mida ei ole võimalik ise reguleerida.

Majutusettevõtte võimekus ja finantstulemused on otseselt seotud kliendirahulolu saavutamisega. Konkurentidest eristumiseks ning klientide hoidmiseks, on hotellide jaoks oluline teenuste pidev arendamine, mis aitavad kaasa klientide rahulolu tõstmisele. (Kandampully & Hu, 2007) Enamus vastanutest ehk 71 inimest on huvitatud unekvaliteeti parendavatest toodetest ja teenustest ning tuleksid Shnelli hotelli ööbima, kui ettevõtte pakuks unekvaliteeti tõstvaid tooteid või teenuseid. Gumaste ja Shahane (2013) on selgitanud erinevate magamistarvikute kvaliteedi tähtsust ning on välja toonud, et lisaks heale madratsile ja kvaliteetsetele voodiriietele, aitab unekvaliteeti hotellides parandada padjamenüü ning pimendavad kardinad. Uuringu vastanute jaoks osutusid kõige huvipakkuvamateks toodeteks/teenusteks padjamenüü, kehatemperatuurile reageeriv voodipesu, aroomiteraapilised tooted ja und soodustavad spaaprotseduurid. Vastajad lisasid omalt poolt valikusse õhuniisutaja, suurema voodi ja õhema teki, mis aitaksid neil paremini magada. Teenuse arendamine on oluline teenuse väärtuse tõstmiseks ning selle tulemusena saab pakkuda klientidele ootuspärast teenust.

Tuginedes *Quality Function Deployment* meetodile, keskenduti kliendi vajaduste ja ootuste kujundamisele tooteks või teenuseks, mis aitavad parandada klientide unekvaliteeti ning tagades nii klientide rahulolu (Chien & Su, 2003). Uuringu ettepanekute elluviimisel saab hotelli klientidele pakkuda kvaliteetsemat majutusteenust, mida on arendatud arvestades unekvaliteeti mõjutavaid tegureid. (Bouchereau & Rowlands, 2000) Lähtudes lõputöö teoreetilisest osast ja uurimistöö käigus läbiviidud uuringu tulemustest, teeb töö autor Go Hotel Shnellile ettepanekud majutusteenuse arendamiseks, et tagada klientidele parem unekvaliteet.

Shnelli hotell võiks arendada koostööd Shnelli päevaspaaga. Uuringust selgus, et klientidel on huvi und soodustavate ja parendavate spaaprotseduuride vastu. Shnelli hotellis ei pakuta spaateenuseid, kuid hotelliga asub samas majas Shnelli Day Spa, mis saaks hotelli klientidele pakkuda erinevaid protseduure nagu lõõgastav massaaž, aroomimassaaž, aroomi- ja ürdivann, mis aitaksid klientidel parandada unekvaliteeti. Samuti saab tubadesse lisada võimalus lõõgastavate tualett-tarvete kasutamiseks ehk näiteks rahustava toimega vanni- ja duššiõlid, seep ja kehakreem.

Vastajate poolt toodi korduvalt välja, et padjad on liiga õhukesed ja väiksed. Küsitlusele vastajad hindasid padja mugavust käsitletud väidet madalalt. Hetkel hotellis kasutuses

olevad padjad tuleks välja vahetada paksemate ja suuremate patjade vastu, näiteks saaks kasutada paksema täidisega polüesterpatjasid. Töö autor soovib ettevõttele padjamenüü kasutamisele võtmist, mis annaks kliendile valikuvõimaluse sobiva padja valimiseks. Padjamenüüsse saab lisada erinevad padjad nagu tatrapadi, allergiavabad, anatoomilised, antistress ja *Memory* vahust padjad. Hügieeniliste patjakatete kasutamine padjapüüride all samuti aitab tagada suurema puhtuse ning rahulikuma une.

Müra vähendamiseks on võimalik hotellitubades kasutusele võtta valge müra masinad. Majutusasutustele on eraldi välja arendatud just hotellitubadesse sobivad variandid, mida on võimalik klientidel ise vastavalt oma soovile reguleerida. Ettevõtte pakub klientidele kõrvatroppe, kuid klientidel puudub informatsioon nende kasutamise võimalikkusest, mistõttu võiks kõrvatroppide kasutamise võimalikkust klientidele paremini edasi viia. Toatemperatuuriga ei olnud kliendid rahul, sest tubades on liiga palav. Klientide unekvaliteedi tagamiseks saab tavapärased voodlinad asendada temperatuuri tasakaalustavate voodipesudega ning pikemas perspektiivis soovib töö autor ettevõttele õhukonditsioneeride kasutamisele võtmist, et klientidel oleks hotellitoas võimalus jaheda ja värske õhu saamiseks.

Hotellitubades saab kasutusele võtta rahustava ja lõõgastava omadustega aroomipulgad, näiteks lavendli-, melissi- või magusa apelsinilõhnalisi. Tubades võiks olla võimalus rahustava tee valmistamiseks, näiteks võimalus piparmündi-, kummeli-, lavendeli- või spetsiaalse unetee valmistamiseks. Koostöö arendamine Perrooni kohvikuga, mis pakub hotelli klientidele hommikusööki ning võimalust muul ajal einestada, annaks võimaluse lisada menüüvalikusse madala kalorsusega, gluteeni- ja laktoosivabasid toite ja jooke või und soodustavate toitude suupistevalikut, mida saaks soovitada hilja saabunud klientidele kui ka neile, kes soovivad oma unekvaliteeti läbi selle parendada. Und soodustav toime on näiteks järgnevatel toiduainetel: banaan, maapähklid, Kreeka jogurt, juust, hummus, mesi, kirsid ja tume šokolaad.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teema keskendus klientide unekvaliteedile, sealhulgas teenuste arendamisele, mis parendaksid klientide unekvaliteeti majutusettevõttes. Uni on tähtis osa inimeste igapäevaelust, kvaliteetne uni on alus heale enesetundele ja tervislikule eluviisile, mispärast on oluline, et ka majutusettevõtted pakuksid klientidele head unekvaliteeti, et kliendid saaksid end välja puhata.

Lõputöö teoreetilises osas keskenduti unekvaliteeti mõjutavate tegurite ja majutusteenuse arendamise teoreetilistele käsitlustele. Unekvaliteedi mõistet saab selgitada kui inimese üldist und ning selle mõju tervisele. Kuna uneprobleemidel on nii füüsilisi, kognitiivseid kui vaimse tervisega seotud tagajärgi, on oluline mõista une tähtsust. Reisimisel ja hotellides viibides kogetakse ajavööndite vahetustest tulenevat väsimust ning „esimese öö“ efekti, mis mõjutavad unekvaliteeti.

Tuginedes varasematele uuringutele selgitati välja, et peamised und mõjutavad tegurid hotellides on ebasobiv madrats, ebakvaliteetsed tekid ja voodilinad, kõrge toatemperatuur, liigne päevavalgus ja õhukvaliteet. Majutusasutustel on võimalik klientide unekvaliteeti parendada, pakkudes selleks erinevaid tooteid ja teenuseid, nagu padjamenüü, pimendavad kardinad, spetsialiseeritud toidu- ja joogimenüü, aroomiteraapilised tooted, und parendavad spaaprotseduurid, silmamask, kõrvatropid jpm. Selleks, et pakkuda klientidele kvaliteetseid teenuseid, on oluline teenuste arendamine. Majutusteenuse arendamine on oluline konkurentsiküsimus ning teenuste arendamise vajalikkus seisneb kliendi soovide ja vajaduste täitmises, mis on aluseks kliendi rahulolu saavutamisel.

Lõputöö teises peatükis anti ülevaade Go Hotel Shnellist, analüüsiti uuringu tulemusi ning põhinedes lõputöö teooriale ja uuringu tulemuste analüüsile, esitati järeldused ja ettepanekud Shnelli hotellile. Lõputööle püstitatud eesmärgi täitmiseks viidi läbi uuring Go Hotel Shnelli klientide seas, et saada ülevaade Shnelli hotelli klientide

unekvaliteedist hotellis. Uuringu läbiviimiseks kasutati kvantitatiivset uuringut, mille töövahendiks oli ankeet. Ankeetküsimustik tugines lõputöö teooriale ning andmete analüüsimiseks kasutati Exceli tabelit, saadud andmed kodeeriti ning koostati tulemuste analüüs. Läbiviidud uuringu valimi moodustasid Go Hotel Shnelli kliendid, kes ööbisid hotellis ajavahemikus 01.09.2020–08.04.2020 ning vastajaid oli kokku 105.

Uuringu analüüsist selgus, et vastajate üldine unekvaliteet on hea, kuid üle poole vastajatest kogevad unehäireid vähemalt korra kuus või tihedamini. Vastanutel ei esine raskusi hotellis magama jäämisega ning vähesed kogevad uneprobleeme peale reisimist. Shnelli hotellis häirib kõige rohkem klientide und liigne müra, ebasobiv toatemperatuur ning ebamugavad padjad. Enamus vastanutest oleksid huvitatud unekvaliteeti parendavatest toodetest või teenustest ning tuleksid Shnelli hotelli ööbima, kui hotell antud tooteid või teenused pakuks. Kõige rohkem oli huvi padjamenüü, kehatemperatuurile reageeriva voodipesu, aroomiteraapiliste toodete ja und soodustavate spaaprotseduuride vastu. Pooled vastanutest on arvamusel, et Shnelli hotell on läbi mõelnud unekvaliteeti mõjutavad tegurid, kuid ettevõttel oleks võimalik areneda, et tõsta klientide unekvaliteeti.

Lõputöö eesmärgiks oli uurida, millised on külastajate peamised und mõjutavad tegurid hotellides ning teha ettepanekud Go Hotel Shnellile klientide unekvaliteedi parendamiseks. Lõputöö probleemküsimuseks oli: Millised võimalused on majutusettevõttes klientide unekvaliteedi parendamiseks? Eesmärgi täitmiseks koostas töö autor esmalt kirjandusülevaate ning seejärel viis läbi uuringu Shnelli hotelli klientide seas. Töö autori püsitatud eesmärk ja uurimisülesanded said täidetud ning uurimisküsimus vastuse.

Majutusettevõttes on klientide unekvaliteedi parendamiseks erinevaid võimalusi ning põhinedes Go Hotel Shnelli klientide unekvaliteedi parendamisele, tegi töö autor ettevõttele ettepanekud, mis aitaksid klientide unekvaliteeti tõsta. Ettepanekuks on koostöö arendamine Shnelli Day spaaga ja Perrooni kohvikuga, pakkudes klientidele nii laialdasemat teenusevalikut, mis toetaks klientide unekvaliteedi parendamist. Ettevõtte peaks välja vahetama hetkel kasutuses olevad padjad ning pakkuma klientidele padjamenüüd. Peamise probleemi ehk müra vähendamiseks, saab tubades kasutada valge müra masinaid ning edastada klientidele info kõrvatropptide kasutamise

võimalikkusest. Sobiva toatemperatuuri saavutamiseks oleks üheks võimaluseks tubadesse õhukonditsioneeride paigutamine ning temperatuurile reageeriv voodipesu aitaks samuti klientide unekvaliteeti tõsta. Rahustava lõhna ja toimega aroomipulkade ning tualett-tarvete pakkumine klientidele aitaks neil enne magama minemust lõdvestuda ning soodustaks parema une teket.

Välja toodud uuringu tulemused, järeldused ja ettepanekud on kasulikud eelkõige Go Hotel Schnellile, kuid töö võib huvi pakkuda ka teistele majutusettevõtetele, kellel on soovi parendada kliendi unekvaliteeti. Antud uuringu tulemusi on võimalik edasi uurida ja rakendada, näiteks uurida võimalusi, kas kliendid oleksid huvitatud und parendavatest majutuspakettidest, mis sisaldaksid ka uneuuringut või une konsultatsiooni.

VIIDATUD ALLIKAD

- Agnew, H. W., Webb, W. B., & Williams, R. L. (1966). The first night effect: An EEG study of sleep. *Psychophysiology*, 2(3), 263–266. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8986.1966.tb02650.x>
- Almeida, G. S., & Pelissari, A. S. (2018). Customer Satisfaction based on the Attributes of Accommodation Services. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* 13(2), 32–53. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i2.1516>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Design Thinking*. UK: AVA Publishing SA, 15–24. Retrieved from <http://asimetrica.org/wp-content/uploads/2014/06/design-thinking.pdf?nglfnophdjecjek>
- American Massage Therapy Association. (n.d.). Massage Therapy Can Help Improve Sleep. Retrieved from <https://www.amtamassage.org/about/position-statements/massage-therapy-can-help-improve-sleep/>
- Auger, R. R., & Morgenthaler, T. I. (2009). Jet lag and other sleep disorders relevant to the traveler. *Travel Medicine and Infectious Disease* 7(2), 60–68. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2008.08.003>
- Baevski, R. M., Bogomolov, V. V., Funtova, I. I., Slepchenkova I. N., & Chernikova, A. G. (2009). Potentiality of building-up the medical operations system for long-duration space missions by noncontact physiological functions recording during sleep time. *Aerospace and Environmental Medicine* 43(6), 3–8 Retrieved from <https://europepmc.org/article/med/20169731>
- Barnes, C. M., Jiang, K., & Lepak, D. P. (2016). Sabotaging the benefits of our own human capital: Work unit characteristics and sleep. *Journal of Applied Psychology*, 101(2), 209–221. <https://doi.org/10.1037/apl0000042>
- Basner, M., Müller, U., & Elmenhorst, E-M. (2011). Single and Combined Effects of Air, Road, and Rail Traffic Noise on Sleep and Recuporation. *Sleep Research Society* 34(1), 11–23. doi: 10.1093/sleep/34.1.11

- Batinic, I. (2016). Hotel management and quality of hotel services. *Journal of Process Management – New Technologies International* 4(1). doi: 10.5937/JPMNT1601025B
- Bharwani, S., & Mathews, D. (2016). Customer service innovations in the Indian hospitality industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 8(4), 416–431. <https://www-emerald-com.ezproxy.utlib.ut.ee/insight/content/doi/10.1108/WHATT-04-2016-0020/full/html>
- Bjorvatn, B., & Pallesen, S. (2009). A practical approach to circadian rhythm sleep disorders. *Sleep Medicine Reviews* 13(1), 47–60. doi: 10.1016/j.smrv.2008.04.009.
- Bouchereau, V., & Rowlands, H. (2000). Methods and techniques to help quality function deployment (QFD). *Benchmarking: An International Journal*, 7(1), 8–20. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1108/14635770010314891>
- Chambers, E., Pichardo, M. S., & Rosenbaum, E. (2016). Sleep and the housing and neighborhood environment of urban Latino adults living in low-income housing: The AHOME Study. *Behavioral Sleep Medicine* 14(2), 169–184. <https://doi.org/10.1080/15402002.2014.974180>
- Chawla, U., & Sengupta, K. S. (2017). Factors Affecting Customers' Accommodation Satisfaction and Service Quality in the Hotel Industry of Rural West Bengal. *LBS Journal of Management and Research* 15(1), 34–47. doi: 10.5958/0974-1852.2017.00004.9
- Chen, H. S., Severt, K., Yeon, H. S., Knowlden, A., & Hilliard, T. W. (2018). “How’d you sleep?” measuring business travelers’ sleep quality and satisfaction in hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 1(3), 188–202. doi: 10.1108/JHTI-11-2017-0015
- Chien, T., & Su, C. (2003). Using the QFD concept to resolve customer satisfaction strategy decisions. *International Journal of Quality & Reliability Management* 20(3), 345–359. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1108/02656710310461332>
- Cingi, C., Emre, I. E., & Muluk, N. B. (2018). Jetlag related sleep problems and their management: A review. *Travel Medicine and Infectious Disease* 24, 59–64. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2018.05.008>
- Davras, Ö., & Caber, M. (2019). Analysis of hotel services by their symmetric and asymmetric effects on overall customer satisfaction: A comparison of market

- segments. *International Journal of Hospitality Management* 81, 83–93.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.003>
- Earl, V., Stratton, M., Guo, J., Kim, C., & Morrell, M. (2019). P070 Can familiar sensory inputs reduce the first night effect when sleeping in an unfamiliar hotel room? *BMJ Open Respiratory Research* 6(1). doi: 10.1136/bmjresp-2019-bssconf.70
- Enck, P., Walten, T., & Traue, H. C. (1999). Associations between back pain, quality of sleep and quality of mattresses. Double-blind pilot study with hotel guests. *Der Schmerz* 13(3). doi: 10.1007/s004829900022
- Farokhnezhad Afshar, P., Bahramnezhad, F., Asgari, P., & Shiri, M. (2016). Effect of white noise on sleep in patients admitted to a coronary care. *Journal of Caring Sciences* 5(2), 103–109. doi: 10.15171/jcs.2016.011
- Fismer, K. L., & Pilkington. (2012). Lavender and sleep: A systematic review of the evidence. *European Journal of Integrative Medicine* 4(4), 436–447.
<https://doi.org/10.1016/j.eujim.2012.08.001>
- Ghotbabadi, A. R., & Feiz, S., & Baharun, R. (2015). Service Quality Measurements: A Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 5(2). doi: 10.6007/IJARBSS/v5-i2/1484
- Gidlöf-Gunnarsson, A., & Öhrström, E. (2007). Noise and well-being in urban residential environments: The potential role of perceived availability to nearby green areas. *Landscape and Urban Planning* 83(2-3), 115–126.
<https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2007.03.003>
- Go Hotel Shnelli. (s.a.). Go Hotel Shnelli. Loetud aadressil
<https://www.gohotels.ee/contacts/about-us/>
- Gordon, S. J., & Grimmer-Somers, K. (2011). Your Pillow May Not Guarantee a Good Night's Sleep or Symptom-Free Waking. *Physiotherapy Canada* 63(2), 183–190.
doi: 10.3138/ptc.2010-13
- Gumaste, R., & Shahane, R. (2013). To Enhance The Sleep Experience Of The Guests In The Hotels. *International Journal of Scientific Research and Management Studies* 1(2), 51–59. Retrieved from <http://aissmschmct.in/wp-content/uploads/2019/05/15.pdf>

- Gundersen, M. G., Heide, M., & Olsson, U. H. (1996). Hotel guest satisfaction among business travelers: What are the important factors? *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 37(2), 72–81. [https://doi.org/10.1016/0010-8804\(96\)83104-1](https://doi.org/10.1016/0010-8804(96)83104-1)
- Hale, L., Hill, T. D., Friedman, E., Nieto, F. J., Galvao, L. W., Engelman, C. D., Malecki, K. M. C., & Peppard, P. E. (2013). Perceived neighborhood quality, sleep quality, and health status: Evidence from the Survey of the Health of Wisconsin. *Social Science & Medicine* 79, 16–22. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2012.07.021>
- Han, S. B., Chen, S. K., Ebrahimpour, M., & Sodhi, M. S. (2001). A conceptual QFD planning model. *International Journal of Quality & Reliability Management* 18(8), 796–812. <https://doi.org/10.1108/02656710110401187>
- Harvaldi Meditsiinikooli unemeditsiiniosakond. (2007). The Characteristics of Sleep. Retrieved from <http://healthysleep.med.harvard.edu/healthy/science/what/characteristics>
- Holt, J. B., Zhang, X., Sizov, N., Croft, J. B. (2015). Airport Noise and Self-Reported Sleep Insufficiency, United States, 2008 and 2009. *Preventing chronic disease* 12(49). doi: 10.5888/pcd12.140551
- Horne, J. (2019). REM sleep vs exploratory wakefulness: alternatives within adult ‘sleep debt’? *Sleep Medicine Reviews* 50. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.101252>
- Huang, H-W., Zheng, B-L., Jiang, L., Lin, Z-T., Zhang, G-B., Shen, L., & Xi, X-M. (2015). Effect of oral melatonin and wearing earplugs and eye masks on nocturnal sleep in healthy subjects in a simulated intensive care unit environment: which might be a more promising strategy for ICU sleep deprivation? *Critical Care* 19(1). doi: 10.1186/s13054-015-0842-8
- Hutchison, K. N., Song, Y., Wang, L., & Malow, B. A. (2008). Analysis of Sleep Parameters in Patients with Obstructive Sleep Apnea Studied in a Hospital vs a Hotel-Based Sleep Center. *Journal of Clinical Sleep Medicine* 4(2). Retrieved from <http://jcsn.aasm.org/Articles/040204.pdf>
- Jones, T. J. A. (2007). *Professional Management of Housekeeping Operations*. [Google Books version]. Retrieved from <https://books.google.ee/books?id=->

6HPXYDI7yYC&pg=PA66&lpg=PA66&dq=mattresses+in+hotels+research&source=bl&ots=Nd3HYWB16y&sig=ACfU3U1g0-py-zzrOOxtIfQl2KXrWbuzCg&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj4gMat55npAhVN2aYKHXx_CWAQ6AEwFnoECAoQAQ#v=onepage&q&f=false

- Jones, T. L., Baxter, M. A. J., & Khanduja, V. (2013). A quick guide to survey research. *Annals of The Royal College of Surgeons of England* 95(1), 5–7. doi: 10.1308/003588413X13511609956372
- Južnik Rotar, L., & Kozar, M. (2017). The Use of the Kano Model to Enhance Customer Satisfaction. *Organizacija Journal of Management, Informatics and Human Resources* 50(4). doi: <https://doi.org/10.1515/orga-2017-0025>
- Kandampully, J., & Hu, H. H. (2007). Do hoteliers need to manage image to retain loyal customers? *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 19(6), 435–443. <https://doi.org/10.1108/09596110710775101>
- Kayaba, M., Ihara, T., Kiusaka, H., Iizuka, S., Miyamoto, K., & Honda, Y. (2014). Association between sleep and residential environments in the summertime in Japan. *Sleep Medicine* 15(5), 556–564. <https://doi.org/10.1016/j.sleep.2013.11.784>
- Kozak, M. A., & Acar, D. (2015). Service design in hotels: A conceptual review. *Tourism: An international Interdisciplinary Journal* 63(2), 225–240. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/282233687_Service_design_in_hotels_A_conceptual_review
- Laugsand, L. E., Strand, L. B., Platou, C., Vatten, L.J., & Janszky, I. (2013). Insomnia and the risk of incident heart failure: a population study. *European Heart Journal* 35(11). <https://doi.org/10.1093/eurheartj/ehd019>
- Lee, S. Y., Ju, Y. J., Lee, J. E., Kim, Y. T., Hong, S. C., Choi, Y. J., & Kim, H. Y. (2020). Factors associated with poor sleep quality in the Korean general population: Providing information from the Korean version of the Pittsburgh Sleep Quality Index. *Journal of Affective Disorders* 271, 49–58. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.03.069>
- Lieshout-van Dal, E. V., Snaphaan, L., & Bongers, I. (2019). Biodynamic lighting effects on the sleep pattern of people with dementia. *Building and Environment* 150, 245–253. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2019.01.010>

- Lockyer, T., & Roberts, L. (2009). Motel accommodation: trigger points to guest accommodation selection. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 21(1). doi: 10.1108/09596110910930160
- Maaailma Terviseorganisatsioon. (2004). WHO technical meeting on sleep and health. Retrieved from http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/114101/E84683.pdf
- Mao, Z., Yang, Y., & Wang, M. (2018). Sleepless nights in hotels? Understanding factors that influence hotel sleep quality. *International Journal of Hospitality Management* 74, 189–201. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.002>
- Mezick, E. J., Matthews, K. A., Hall, M., Strollo, P. J., Buysse, D. J., Kamarck, T. W., Owens, J. F., & Reis, S. E. (2008). Influence of Race and Socioeconomic Status on Sleep: Pittsburgh Sleep SCORE Project. *Psychosomatic Medicine* 70(4), 410–416. doi: 10.1097/PSY.0b013e31816fdf21
- Modio. (n.d.). Guestroom acoustic control. Retrieved from <https://www.modio.audio/>
- Muzet, A. (2007). Environmental noise, sleep and health. *Sleep Medicine Reviews* 11(2), 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.smrv.2006.09.001>
- Muzet, A., Libert, J. P., & Candas, V. (1984). *Ambient temperature and human sleep. Cellular and Molecular Life Sciences* 40(5), 425–429. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/BF01952376>
- National Institute of Neurological Disorders and Stroke. (n.d.). Brain Basics: Understanding Sleep. Retrieved from <https://www.ninds.nih.gov/Disorders/Patient-Caregiver-Education/Understanding-sleep>
- National Sleep Foundation. (n.d.). Give Your Guests a Good Night's Sleep. Retrieved from https://www.sleepfoundation.org/articles/give-your-guests-good-nights-sleep?fbclid=IwAR0_6aKSy6lPDQLY-rPvdcGla1pzcBTPFVsA7K2YjJvgWe5TGe-mi5uASJQ
- National Sleep Foundation. (n.d.). Why Do We Need Sleep. Retrieved from <https://www.sleepfoundation.org/articles/why-do-we-need-sleep>
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2019). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>

- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Thomas, P., & Leonard, L. (2017). Integrating service quality as a second-order factor in a customer satisfaction and loyalty model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29(12), 2978–3005. doi: 10.1108/IJCHM-11-2016-0610
- Pallesen, S., Larsen, S., & Bjorvatn, B. (2015). “I Wish I'd Slept Better in That Hotel” – Guests’ Self-reported Sleep Patterns in Hotels. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 16(3), 1–11. doi: 10.1080/15022250.2015.1074938
- Philips. (2019). Wake up call: global sleep satisfaction trends. Global Sleep Survey. Retrieved from <https://www.philips.com/c-dam/b2c/master/experience/smartsleep/world-sleep-day/2020/2020-world-sleep-day-report.pdf> ??
- Phillips, S. R., Johnson, A. H., Shirey, M. R., & Rice, M. (2020). Sleep quality in school-aged children: A concept analysis. *Journal of Pediatric Nursing* 52, 54–63. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2020.02.043>
- Radojević, T., Stanisic, N., & Stanić, N. (2017). Inside the Rating Scores: A Multilevel Analysis of the Factors Influencing Customer Satisfaction in the Hotel Industry. *Cornell Hospitality Quarterly* 58(2), 134–164. doi: 10.1177/1938965516686114
- Smyth, C. (2012). The Pittsburgh Sleep Quality Index (PSQI). *Try This: Best Practices in Nursing Care to Older Adults* 6(1). Retrieved from <https://consultgeri.org/try-this/general-assessment/issue-6.1.pdf>
- Transparency Market Research. (n.d.). Sleeping Masks Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, and Forecast, 2019–2027. Retrieved from <https://www.transparencymarketresearch.com/sleeping-masks-market.html?fbclid=IwAR2O5FU9Yx7s2TC8YCYQdwWxXM3r-vqUwHK5ghBWBqyIm-Vva4dtyXJ31cU>
- Tschimmel, K. (2012). Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. Conference: Action for Innovation: Innovating from Experience. doi: 10.13140/2.1.2570.3361
- Valtonen, A., & Veijola, S. (2011). Sleep in tourism. *Annals of Tourism Research* 38(1), 175–192. doi:10.1016/j.annals.2010.07.016

- Vision. (n.d.). How to Choose Hotel Bedding: A Hotel Owners Guide. Retrieved from [https://eu.visionsupportservices.com/how-to-choose-hotel bedding?__store=vision_eu](https://eu.visionsupportservices.com/how-to-choose-hotel-bedding?__store=vision_eu)
- Xiang, Z., Schwatz, Z., Gerdes, J. H., & Uysal, M. (2015). What can big data and text analytics tell us about hotel guest experience and satisfaction? *International Journal of Hospitality Management* 44, 120–130. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.10.013>
- Yang, Y., Mao, Z., & Tang, J. (2017). Understanding Guest Satisfaction with Urban Hotel Location. *Journal of Travel Research* 57(1). doi: 10.1177/0047287517691153
- Yi, H., Shin, K., & Shin, C. Development of the Sleep Quality Scale. *Journal of Sleep Reserch* 15(3), 309–316. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2869.2006.00544.x>

Lisa 1. Uuringu ankeet

Majutusteenuse arendamine kliendi unekvaliteedi tagamiseks Go Hotel Shnelli näitel

Lugupeetud Go Hotel Shnelli külaline!

Käesoleva uuringu eesmärk on uurida, kuidas hindavad Go Hotel Shnelli külastajad unekvaliteeti hotellis ning uuringu tulemusena esitatakse parendusettepanekud, Go Hotel Shnellile, klientide unekvaliteedi parendamiseks.

Ankeedile vastamine võtab aega umbes 5 minutit, Teie vastused on anonüümsed ning andmed esitatakse üldistatud kujul. Saadud tulemusi kasutan lõputöö "Majutusteenuse arendamine kliendi unekvaliteedi tagamiseks Go Hotel Shnelli näitel" koostamisel.

Kõikide vastanute vahel loositakse välja majutuspakett kahele koos hommikusöögiga Go Hotel Shnellis. Meiliaadress on vajalik loosi võitjaga ühenduse võtmiseks. Loosimine toimub 30.04.2020 ning võitu on võimalik realiseerida nelja kuu jooksul peale loosimist.

Lisaküsimuste korral palun võtke ühendust e-kirja teel aadressil sandrapedak@gmail.com

Tänan Teid panustatud aja eest!

Sandra Pedak

*kohustuslik

- E-mail: *

1. Kas olete tundnud, et hotellides viibides on teil raskem uinuda? *

- Jah, oluliselt raskem uinuda
- Jah, kuid mitte märgatavalt
- Pigem ei ole raskem uinuda
- Ei ole raskem uinuda

2. Kuidas hindate oma unekvaliteeti igapäevaselt? *

- Väga hea, ei ole unega probleeme
- Hea, kuid vahel esineb uinumisraskusi või teisi unehäireid
- Rahuldav, korduvad ärkamised une ajal
- Kannatan unehäirete all

3. Kas Teil on esinenud unehäireid? *

- Mitte kunagi või harvemini kui korra kuus
- Korra kuus
- 1-2 päeval nädalas
- Iga päev või peaaegu iga päev
- Ei oska öelda

Hotellides esinev "esimese öö efekt" tuleneb magamisest tundmatus keskkonnas, seda nähtust seostatakse magamise ajal une staadiumi muutustega uinumisel esimesel öhtul, võrreldes järgnevate öödega (Hutchison, Song, Wang, & Malow, 2008).

4. Kas olete kuulnud "esimese öö efektist" hotellides ning selle mõjust unele? *

- Ei ole kuulnud
- Olen kuulnud, kuid ei tea selle mõjust
- Tean täpselt, mis see on ning millised on selle mõjud unele

5. Kas Teie arvates vastab "esimese öö efekt" tõele? *

- Jah, kindlasti
- Jah, mõningal määral
- Ei, kindlasti mitte
- Ei oska öelda

6. Kas Teil on esinenud unega probleeme peale reisimist? *

- Jah, alati
- Jah, kuid vähestel kordadel
- Ei ole kogenud

7. Kui vastasite eelmisele küsimusele positiivselt, palun täpsustage, mis uneprobleeme olete kogenud peale reisimist?

- Unetus
- Öine ärkamine
- Raske uinuda
- Pidev väsimus
- Hingamisraskused magamise ajal
- Ärevus
- Muu:

8. Kuidas hindate oma unekvaliteeti Shnelli hotellis? *

- Väga hea
- Hea
- Rahuldav
- Halb
- Väga halb

9. Kui hindasite oma unekvaliteeti Shnelli hotellis rahuldavaks/halvaks või väga halvaks, siis mis häiris Teie und hotellis enim?

- Liiga müra
- Ebamugav madrats
- Ebamugav padi
- Ebasobiv toatemperatuur
- Ebakvaliteetne voodipesu
- Muu:

10. Soovi korral saate eelmist vastust täiendada

11. Kas unekvaliteeti parendavad tooted/teenused pakuksid Teile huvi? *

- Jah
- Ei

12. Kui vastasite jah, siis millised tooted/teenused võiksid Teile huvi pakkuda?

- Padjamenüü

- Kehatemperatuurile reageeriv voodipesu
- Kõrvatropid magamiseks
- Silmamask magamiseks
- Aroomiteraapilised tooted
- Und soodustavad joogid/toidud
- Und soodustav valgustus
- Und soodustavad/parendavad protseduurid spaas
- Muu:

13. Kas Teie arvates on Shnelli hotell pööranud piisavalt tähelepanu erinevatele teguritele hotellis kliendi unekvaliteedi tagamiseks? *

- Jah, kõik on läbimõeldud
- Jah, kuid on võimalik teha parendusi
- Ei, tähelepanu on pööratud minimaalselt
- Ei, erinevatele teguritele pole üldse mõeldud
- Ei oska öelda

14. Kas tuleksite Shnelli hotelli ööbima, kui hotell pakuks unekvaliteeti soodustavaid teenuseid/tooteid? *

- Jah, kindlasti tuleksin
- Kindlasti mitte
- Ei oska öelda

15. Palun hinnake järgnevaid väiteid *

	ei oska öelda	ei nõustu üldse	pigem ei nõustu	pigem nõustun	täielikult tnõus
Madrats oli mugav ja soodustas uinumist					
Padi oli mugav ja toetas keharaskust					
Voodilinalad olid kvaliteetsed					
Totemperatuur oli sobiv ja seda oli võimalik reguleerida					
Hotellituba oli piisavalt mürakindel					
Aknakardinad katsid piisavalt päevavalgust					
Õhukvaliteet oli puhas					

16. Teie sugu? *

- Mees
- Naine

17. Teie vanus? *

- 18-28
- 29-39
- 40-50
- 51-61
- 62-72
- 73+

18. Teie päritoluriik? *

- Eesti
- Läti
- Leedu
- Venemaa

- Soome
- Muu:

SUMMARY

DEVELOPMENT OF ACCOMMODATION SERVICE TO ENSURE THE QUALITY OF THE CLIENT'S SLEEP ON THE CASE OF GO HOTEL SHNELLI

Sandra Pedak

The topic of this thesis focuses on sleep quality of clients, including the development of services that would improve the sleep quality of clients in accommodation establishments. The thesis is based on theoretical approaches and the results of the survey conducted at Go Hotel Shnelli. The topic of the thesis is topical because the global satisfaction with sleep is low and people are not sufficiently informed about the possible various sleeping problems. Hotels should offer customers the opportunity for a good night's sleep because the client's main expectation of the hotel is the chance for a proper, adequate sleep.

Previous research has shown that insufficient attention has been paid to the quality of customers' sleep in hotels and to the factors influencing sleep. The aim of the thesis is to study the main factors influencing visitors' sleep in hotels and, according to the results of the study, to make proposals to Go Hotel Shnelli to ensure the quality of sleep for customers. To achieve the goal of the thesis, the author posed the following research question: "What are the possibilities to improve the sleep quality of customers in the accommodation establishment?"

To find the answer, the author first compiled a literature review based on the theoretical sources. Secondly, a brief overview of the Shnelli Hotel was provided and a study was prepared. Thirdly, a survey was conducted among the customers of the Shnelli Hotel, an analysis of the results of the survey was carried out and findings and suggestions were submitted to the Shnelli Hotel.

The theoretical part of the thesis provides an overview of the theoretical approaches concerning the factors influencing the quality of sleep and the development of accommodation services. The first subchapter of the theory provides an overview of healthy sleep and the factors influencing sleep. Sleep is an important part of people's daily lives, which affects their quality of life. Sleep quality is defined as a person's overall sleep and its impact on health. Many people face some sleeping problems during their lifetime, thus it is vital to understand its consequences.

The second section focuses on factors and products that improve sleep quality. It can be concluded that hotels are able to contribute largely to ensuring that their customers have the best sleep possible. Aside from a comfortable bed and quality bedding, people's sleep in hotels is affected by noise, room temperature, and air quality. The third subchapter introduces the development of service in accommodation establishments. Hotels offer a variety of complementary services in addition to accommodation in order to meet the expectations and needs of their guests. It is important that service development stands out from competition to achieve high customer satisfaction. Various methods and models have been developed for the development of the service, which aid in the improvement of the service as well as in the understanding of customers' wishes.

The empirical part consists of a study of the factors influencing sleep at Go Hotel Shnelli. This chapter provides an introduction to Go Hotels Shnelli, a description of the study, an analysis of the results of the study, and finally presents conclusions and suggestions. Quantitative research, in particular the questionnaire survey method, was used to collect the data. The questionnaire consisted of 18 questions and was conducted in the Google Forms and it was compiled in Estonian and English. The survey was shared via Facebook on the Go Hotel Shnelli profile and sent to hotel customers by e-mail. The study was conducted between 22.03.2020–11.04.2020. The survey was posted on the Facebook page on 22.04.2020 and between 03.04–10.04.2020 the survey was sent to 780 customers via email who had stayed at the hotel between 01.09.2019–08.04.2020. The total number of respondents as of 10.04.2020 was 105.

The analysis of the study showed that the quality of sleep of the respondents is good, however more than half of the respondents experience sleep disorders at least once a month. Respondents have no difficulty falling asleep at the hotel and few experience

sleep problems after travelling. Excessive noise, inappropriate room temperature, and uncomfortable pillows disturb customers' sleep the most. Most respondents would be interested in sleep ensuring products and would stay overnight at the Shnelli Hotel if the hotel offered these products or services. Customers were most interested in the pillow menu, body temperature-responsive bed linen, aromatherapy products, and sleep ensuring spa treatments.

There are various ways to improve the sleep quality of customers in hotels and based on improving the sleep quality of Go Hotel Shnell's customers, the author made suggestions to the company that would help increase the sleep quality of customers. The proposal is to develop a cooperation with Shnelli Day Spa and Perrooni Café by offering customers a wider range of services that would support the improvement of customers' sleep quality. More precisely, the company should replace the pillows currently in use and provide customers with a pillow menu at least four different types of pillows. In order to tackle the main problem, i.e. noise, white noise machines could be used in hotel rooms and information regarding the possibilities of using earplugs could be provided to customers. To achieve a suitable room temperature, one option would be to place air conditioning in the rooms and temperature-responsive bed linen would also help to increase the quality of sleep for customers. Offering customers aromatic sticks and toiletries with a soothing smell and effect would help them to relax before going to bed and promote better sleep.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Sandra Pedak,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose Majutusteenuse arendamine kliendi unekvaliteedi tagamiseks Go Hotel Shnelli näitel,

mille juhendaja on Inna Bentsalo,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Sandra Pedak

20.05.2020